

**ANALISIS PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH (UMKM) PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DITINJAU DARI *MAS}LAH}AH MURSALAH*
(Studi Kasus Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota
Surabaya)**

SKRIPSI

**Oleh:
Naila Rizky Maulida
NIM: G94218206**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Naila Rizky Maulida (G94218206), menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil meniru atau menjiplak karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Tidak ada karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dalam skripsi ini kecuali secara tertulis Nama pengarang yang secara jelas telah dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila ada ketidaksesuaian dikemudian hari, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh untuk penulisan skripsi ini serta sanksi-sanksi lain sesuai dengan Norma dan peraturan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 01 Juli 2022



Naila Rizky Maulida
NIM: G94218206

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Analisis Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari *Mas}lah}ah Mursalah* (Studi Kasus Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya)” yang ditulis oleh Naila Rizky Maulida, NIM G94218206 telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 12 Juli 2022

Dosen Pembimbing




Dr. Imroatul Azizah, M.Ag
NIP. 197308112005012003

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi yang ditulis oleh Naila Rizky Maulida, NIM G94218206 ini telah dipertahankan dan disetujui di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 19 Juli 2022. Hasil skripsi dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

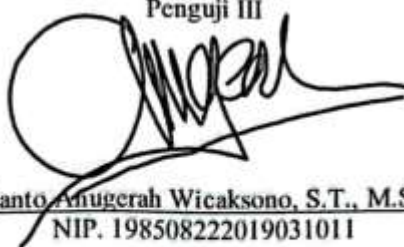
Penguji I


Dr. Imroatil Azizah, M.Ag
NIP. 197308112005012003

Penguji II


Dr. Siti Musfiqoh, M.EI
NIP. 197608132006042002

Penguji III


Rianto Mugerah Wicaksono, S.T., M.SEI
NIP. 198508222019031011

Penguji IV


Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024

Surabaya, 19 Juli 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 1970051420000310014



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Naila Rizky Maulida
NIM : G94218206
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : naila.maulida06@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU DARI MASLAHAH MURSALAH (STUDI KASUS SENTRA WISATA KULINER CONVENTION HALL KOTA SURABAYA)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih- media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Juli 2022

Naila Rizky Maulida
NIM: G9421820

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari *Mas}lah}ah Mursalah* (Studi kasus Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya)” merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menjawab bagaimana praktik pemanfaatan *e-commerce* pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya dan bagaimana peran pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19 ditinjau dari *mas}lah}ah mursalah*.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara pada Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yang menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data yang dilakukan yaitu pemeriksaan data (*editing*), pengorganisasian data (*organizing*), dan analisis data (*analyzing*). Dan tahap untuk menganalisis data yaitu mereduksi data, menyajikan data, lalu menarik kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu 1) Praktik pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya terdapat tiga tahapan dalam mekanismenya yaitu tahap *information sharing*, tahap proses pemesanan produk, dan tahap aktivitas purna jual. Manfaat dalam menggunakan *e-commerce* tidak hanya dirasakan oleh para pedagang, namun juga dirasakan oleh konsumen, masyarakat, serta *driver online*. 2) Peran pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa pandemi covid 19 telah sesuai dengan *mas}lah}ah mursalah*, karena telah memenuhi syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana dikemukakan oleh al-Ghazali, as-Syatibi, dan Abdul Wahab K}alla>f, serta peran pemanfaatan *e-commerce* tersebut dapat membantu meningkatkan pendapatan para pedagang yang menurun akibat adanya kebijakan di masa pandemi covid-19 yang mengakibatkan SWK sepi pengunjung, sehingga dengan adanya pendapatan *online* dari penjualan melalui *e-commerce* dapat menambah pendapatan *offline* para pedagang yang menurun di masa pandemi covid-19.

Saran dalam penelitian ini yaitu bagi para Pelaku UMKM diharapkan untuk lebih meningkatkan kemampuan diri agar dapat terus menggunakan *e-commerce* dalam melakukan penjualan serta terus memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi agar dapat memaksimalkan penjualannya. Bagi pihak Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya diharapkan untuk terus memberikan dampingan pada para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall agar terus *mengupgrate* kemampuan diri dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana mengembangkan usahanya dan meningkatkan ekonomi keluarga.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Pelaku UMKM, *Mas}lah}ah Mursalah*

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Kajian Pustaka	11
1.5. Tujuan Penelitian	14
1.6. Kegunaan Hasil Penelitian.....	15
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	15
1.6.2. Manfaat Praktis	15
1.7. Definisi Operasional	16
1.7.1. Pemanfaatan <i>E-Commerce</i>	16
1.7.2. Meningkatkan Pendapatan	16
1.7.3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	17
1.7.4. Pandemi Covid-19.....	17
1.7.5. <i>Mas}lah}ah Mursalah</i>	18
1.8. Sistematika Skripsi.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21

2.1.	Penelitian Sebelumnya.....	21
2.2.	LANDASAN TEORI.....	23
2.2.1.	E-Commerce dan Perannya dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang	23
2.2.2.	UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19	30
2.2.3.	<i>Mas}lah}ah Mursalah</i>	34
3.3.	Kerangka Konseptual.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
3.2.	Lokasi Penelitian.....	51
3.3.	Subjek dan Objek Penelitian	51
3.4.	Sumber Data.....	52
3.4.1.	Sumber Data Primer.....	52
3.4.2.	Sumber Data Sekunder.....	52
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1.	Observasi.....	53
3.5.2.	Wawancara.....	53
3.5.3.	Dokumentasi	54
3.6.	Teknik Pengolahan Data	54
3.7.	Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN		57
4.1.	Gambaran Umum Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.....	57
4.2.	Praktik Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya	64
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		79
5.1.	Peran Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.....	79
5.2.	Analisis <i>Mas}lah}ah Mursalah</i> terhadap Peran Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19.....	80

BAB VI PENUTUP	88
6.1. Kesimpulan	88
6.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Rekapitulasi Omset SWK Rata-rata Perbulan Tahun 2020	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	48
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi di SWK Convention Hal Kota Surabaya.....	60
Gambar 4. 2 Proses Mendaftarkan Akun Melalui <i>E-Commerce</i>	67
Gambar 4. 3 Foto Produk Warung Mbak Bin SWK CH Stand 13	68
Gambar 4. 4 Foto Produk Soto Ayam Lamongan “Cak To” SWK CH Stand 17	68
Gambar 4. 5 Foto Produk Special Es Campur Sanggar SWK CH Stand 19.....	68
Gambar 4. 6 Proses Pemesanan Produk Melalui Aplikasi <i>E-Commerce</i>	70
Gambar 4. 7 Ulasan Stan 13 “Warung Mbak Bin dari Pembeli Pada Aplikasi <i>E-Commerce</i>	72
Gambar 4. 8 Ulasan Stan 17 “Soto Ayam Lamongan “Cak To” SWK CH.....	73
Gambar 4. 9 Ulasan Stan 19 “Special Es Campur Sanggar Kopi” SWK CH.....	74



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Tabel Data Pelaku UMKM SWK CH Menggunakan <i>E-Commerce</i>	64
Tabel 5. 1 Pendapatan Para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.....	79



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia telah mengakibatkan kelumpuhan di segala aspek kehidupan termasuk perekonomian. Penurunan aktivitas ekonomi tidak hanya berdampak secara domestik, namun juga berdampak secara global. Proyeksi pertumbuhan ekonomi global menurut *International Monetary Fund (IMF)* berada dalam angka minus 3%, karena aktivitas ekonomi yang biasanya dilakukan secara langsung oleh masyarakat menjadi terhenti karena adanya pembatasan kegiatan di luar rumah (Fida, 2021).

Kota Surabaya merupakan kota kedua yang memiliki jumlah penduduk terpadat di Indonesia (Priyandono et al., 2021). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, jumlah penduduk Kota Surabaya mencapai 2,90 juta jiwa per tahun 2020, dengan pertumbuhan ekonomi yang tercatat sebesar 4,85 persen. Pertumbuhan ekonomi tersebut mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya yaitu tahun 2019 sebesar 6,09 persen. Pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya tidak terlepas dari kegiatan ekonomi masyarakat baik yang ada di dalam Kota maupun yang ada di luar Kota. Namun karena pandemi covid-19 menyebabkan mobilitas ekonomi yang dilakukan masyarakat menjadi berkurang sehingga mengakibatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Surabaya menjadi menurun (BPS, 2021).

Akibat pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah, dampak yang ditimbulkan oleh Pandemi Covid-19 sangat luar biasa, salah satu sektor yang terdampak adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sebanyak 70% UMKM mengalami penurunan yang signifikan hingga sebesar 50%, (Ernawati, 2021). Hal tersebut juga terjadi pada para pelaku usaha di Sentra Wisata Kuliner Kota Surabaya (SWK).

Sentra Wisata Kuliner merupakan suatu lokasi yang ditempatkan secara terpusat yang tersebar di beberapa wilayah Kota Surabaya. Sentra Wisata Kuliner atau biasa disingkat dengan sebutan SWK merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk para pedagang yang dulunya merupakan para pedagang kaki lima (PKL) yang menjual makan atau minuman di pinggir-pinggir jalan agar dapat menjalankan usahanya dibawah pembinaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya (Agustina, 2020). Jumlah lokasi sentra saat ini yang tercatat pada data Rencana Strategis Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya adalah 49 sentra yang tersebar di Kota Surabaya.

Berikut merupakan rekapitulasi omset SWK rata-rata perbulan tahun 2020:

Gambar 1. 1 Data Rekapitulasi Omset SWK Rata-rata Perbulan Tahun 2020



Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya

Berdasarkan data rekapitulasi omset SWK pada tahun 2020 tersebut dapat disimpulkan bahwa omset SWK mulai mengalami penurunan pada bulan Maret 2020, hal tersebut bersamaan dengan *World Health Organization* (WHO) yang mengumumkan secara resmi bahwa Covid-19 sebagai pandemi pada tanggal 12 Maret 2020 (Susilo et al., 2020). Selanjutnya pada bulan Juli hingga November mengalami kenaikan namun tidak signifikan, dan pada bulan Desember kembali mengalami penurunan drastis dikarenakan adanya aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai upaya pengurangan penyebaran virus dengan membatasi kegiatan masyarakat yang awalnya dikenal dengan istilah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) kemudian berganti istilah menjadi PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), mulai dari PPKM Darurat, PPKM Mikro, hingga PPKM dengan tingkatan level 1 sampai 4. Dalam aturan PPKM tersebut terdapat beberapa persyaratan, salah satunya yaitu memberikan pembatasan jumlah pengunjung dan pembatasan pada jam operasional di tempat-tempat kuliner. Dengan adanya aturan tersebut mengakibatkan penurunan pengunjung di Sentra Wisata Kuliner Kota Surabaya dan dampak yang ditimbulkan yaitu pengurangan pendapatan yang diterima oleh pedagang.

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah, Widodo Suryantoro, perlu dilakukan upaya yang maksimal untuk memulihkan perekonomian di Kota Surabaya, karena hampir segala sektor merasakan dampak yang ditimbulkan akibat pandemi, salah satunya yaitu

sektor Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM). Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya agar penjualan para pedagang khususnya Pelaku UMKM tetap berjalan adalah penerapan sistem *take away* di SWK dan bermitra dengan layanan pengiriman seperti ojek *online* dan lainnya, sehingga meskipun di SWK terlihat sepi pengunjung, namun omset penjualannya dapat meningkat (Jannah, 2020).

Sebagai pendukung keberhasilan usaha kecil, pemanfaatan *website* dalam menjalankan bisnis, implementasi *e-commerce* menjadi pilihan yang tepat (Suryana et al., 2013). Dengan adanya *e-commerce* sebagai media penjualan *online* dapat menjadikan peluang yang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan operasional usahanya (Lumintang, 2020).

Electronic Commerce atau *e-commerce* merupakan segala kegiatan jual beli baik pemesanan, pembelian, penjualan, pembayaran atau promosi suatu barang atau jasa dan dalam melakukannya memanfaatkan komputer dan jaringan komunikasi digital elektronik atau telekomunikasi data (Sara, 2020).

Berdasarkan data riset laporan tahunan terbaru dari *startup* solusi *e-commerce* mencatat bahwa selama pandemi Covid-19 terdapat sekitar 12 juta pengguna *e-commerce* baru. Hal tersebut disebabkan karena pola perilaku masyarakat dalam aktivitas jual beli telah berubah akibat Pandemi Covid-19, yang semula melakukan transaksi perdagangan secara langsung atau bertatap muka, kini berganti melalui *online* dengan menggunakan *e-*

commerce. Selain itu dijelaskan bahwa pada kuartal pertama tahun 2020 lalu lintas internet Indonesia mengalami peningkatan sebesar 73% dan pada kuartal kedua lebih meningkat sebesar 139%, salah satunya yaitu penggunaan transaksi melalui *e-commerce*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat (Syamruddin et al., 2021).

Peningkatan penggunaan *e-commerce* sebagai media jual beli di masa pandemi disebabkan karena banyaknya manfaat yang didapatkan, tidak hanya bagi masyarakat, namun juga bagi pelaku usaha. Manfaat-manfaat tersebut yaitu memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi, dapat menjaga kesehatan karena tidak bertemu secara langsung, sebagai upaya mematuhi protokol kesehatan, dapat menjadi cara dalam meningkatkan pendapatan, berkurangnya biaya modal produk dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen dapat berbelanja dengan mudah dilakukan dimanapun dan kapanpun. Namun, dibalik kelebihan yang ditawarkan, terdapat beberapa kelemahan dalam penggunaan *e-commerce* diantaranya adalah penipuan pemesanan yang dilakukan konsumen yang dapat merugikan pelaku usaha seperti terdapat konsumen yang melakukan pemesanan namun pengiriman dituliskan pada alamat orang lain, sehingga ketika pesanan sudah diantar pada alamat tersebut tidak dibayarkan karena orang yang dikirimkan tidak merasa memesannya, harga yang tertera pada *e-commerce* biasanya lebih mahal dibandingkan dengan harga beli secara langsung, terkadang terdapat

konsumen yang merasa kecewa karena pesanan yang dikirim tidak sesuai dengan ekspektasi yang ada pada gambar, dan lain sebagainya.

Dalam penelitian (Sholikhin et al., 2019) dijelaskan bahwa Islam tidak menentang *e-commerce*, Islam menerima fungsi *e-commerce* sebagai cara atau teknologi baru dalam melakukan transaksi ekonomi, serta mendorong *e-commerce* sebagai cara baru dalam berbisnis. Meskipun *e-commerce* memiliki banyak manfaat, ternyata masih terdapat masalah kepercayaan dari konsumen dari perspektif Islam berdasarkan hukum syariah. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa kepercayaan *E-Commerce* dari perspektif Syariah dikembangkan untuk mendorong dan memenuhi kebutuhan lebih dari 1,8 miliar Muslim di seluruh dunia, termasuk lebih dari 200 juta muslim di Indonesia (Sholikhin et al., 2019).

Segala kegiatan serta perilaku dalam ekonomi acuannya yaitu *mas}lah}ah*. Apabila di dalamnya terdapat *kemas}lah}atan*, maka hal itu dianjurkan dan dibenarkan dalam syariah, namun apabila di dalamnya terdapat *kemud}aratan* serta *mafsadah*, maka tidak dibenarkan dalam praktiknya (Ishak, 2014).

Mas}lah}ah didasarkan pada *maqas}id syari}ah*. Artinya, menerima *mas}lah}ah* sama dengan mewujudkan *maqas}id syari}ah*. Di sisi lain, mengesampingkan *mas}lah}ah* sama dengan mengesampingkan *maqas}id syari}ah*. Apabila suatu *mas}lah}ah* tidak diambil dalam setiap situasi yang jelas-jelas mengandung *kemas}lah}atan* dalam konteks

syar'iyah, maka *mukallaf* akan mengalami kesulitan dalam menghadapi banyak hal.

Kemas}lah}atan dalam konteks ini berarti sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan wujud pemenuhan hidup manusia, rezeki manusia, dan segala sesuatu yang diperlukan untuk memperoleh kualitas emosional dan intelektual dalam arti yang mutlak. *As-Syatibi* berpendapat bahwa *kemas}lah}atan* manusia dapat tercapai jika mewujudkan dan memelihara lima unsur pokok kehidupan yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam kerangka ini, *as-Syatibi* membaginya menjadi tiga tingkatan yaitu, *d}aruriyah*, *ha>jiyah*, dan *tahsiniyah* (Ishak, 2014).

Agar dapat melangsungkan hidup di tengah pandemi seperti ini, manusia harus bekerja untuk memiliki pendapatan. Jual beli atau berdagang merupakan salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, pendapatan merupakan kebutuhan *d}aruriyah*. Artinya manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya tanpa memiliki pendapatan.

Menurut Yusuf Al-Qardhawi, ekonomi Islam dibangun atas dasar penghormatan terhadap nilai serta kedudukan harta dalam kehidupan manusia. Harta digunakan sebagai suatu sarana pemenuhan kebutuhan hidup dan sebagai sarana untuk memenuhi kewajiban seperti zakat, *s}adaqah*, haji, berjihad, dan upaya dalam memakmurkan bumi. Dalam Ekonomi Islam, manusia diperintahkan untuk terus berinovasi dan bekerja dengan baik. Islam memperingatkan manusia untuk selalu bekerja dan

berusaha serta menghimbau manusia untuk menjauhi rasa malas dan keputusasaan.

Allah SWT berfirman dalam Surat Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ١٥
(الملك/67:15)

Artinya: Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan (Al-Mulk/67:15).

Berdasarkan ayat diatas dapat dijelaskan bahwa dalam mencari rezeki

Allah SWT telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia. Allah SWT juga berfirman dalam Q.S Ar Ra'd ayat 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ (الرَّعد/13:11)

Artinya: Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka (Ar-Ra'd/13:11).

Dalam Islam, manusia dihimbau untuk keluar dari kemiskinan dengan cara berusaha dan bekerja. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits

“Setiap muslim harus berusaha sekuat tenaga agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekufuran” (HR. At-Thabrani).

Berdasarkan ayat dari al-Qur'an dan hadits tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan suatu harta kekayaan sebagai upaya keluar dari kemiskinan, seorang Muslim harus bekerja dan berusaha untuk kesejahteraan hidupnya, serta memanfaatkan harta kekayaannya di jalan mulia. karena sesungguhnya harta yang kita miliki bukan sepenuhnya milik diri sendiri namun didalamnya terdapat hak orang lain (Karimi, 2020).

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, pandemi menyebabkan para Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan, hal tersebut juga terjadi pada para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya. Berjualan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya merupakan sumber penghasilan utama bagi para Pelaku UMKM disana. Pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya merupakan upaya para pedagang untuk meningkatkan pendapatannya, terutama di masa pandemi seperti ini. Dengan adanya pendapatan tersebut para Pelaku UMKM dapat terus menjalankan usahanya meski di masa pandemi covid-19, karena perputaran modal untuk berjualan didapatkan dari hasil penjualan tersebut, serta dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Selain untuk meningkatkan pendapatan, pemanfaatan *e-commerce* dilakukan sebagai upaya mengurangi penyebaran virus di masa pandemi covid-19, karena transaksi dapat dilakukan dengan mudah dimana saja dan kapan saja tanpa perlu pertemuan secara langsung yang berpeluang menyebarkan virus semakin luas sehingga memberikan *kemud}aratan* dan menyebabkan *mafsadah* untuk diri sendiri maupun orang lain.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dengan menimbang *mas}lah}ah* dan *mafsadah* yang ada dalam penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan pendapatan Pelaku UMKM maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam pemanfaatan *e-commerce* yang

ditinjau dari sisi *masalah* guna mengetahui apakah ada sisi *kelemahan* dalam penggunaan *e-commerce* yang tidak diatur secara eksplisit dalam *nass*. Sehingga penelitian ini berjudul “Analisis Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Ditinjau Dari Sisi *Masalah*.”

1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Pandemi covid-19 menimbulkan permasalahan yang kompleks pada kehidupan manusia.
- b. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami penurunan pendapatan pada masa covid-19.
- c. Masyarakat khususnya para Pelaku UMKM dituntut agar dapat beralih ke teknologi digital.
- d. Pemahaman masyarakat yang masih terbatas dalam bertransaksi melalui *e-commerce*.
- e. Pentingnya memanfaatkan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM pada masa pandemi covid-19.
- f. Implementasi Pemanfaatan *e-commerce* oleh Pelaku UMKM ditinjau berdasarkan *masalah*.

1.2.2. Batasan Masalah

Bedasarkan pemaparan dari identifikasi masalah tersebut, maka batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

- a. Pemanfaatan *e-commerce* bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam meningkatkan pendapatan pada masa pandemi covid-19.
- b. Tinjauan *masalah-mursalah* dalam pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

1.3. Rumusan Masalah

- 1.3.1. Bagaimana praktik pemanfaatan *e-commerce* pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya?
- 1.3.2. Bagaimana peran pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19 ditinjau dari *masalah-mursalah*?

1.4. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan atau yang sedang dilakukan penulis, tujuannya yaitu sebagai pembanding yang nantinya dapat dijadikan sebagai landasan teoritis ataupun sebagai kajian pustaka bagi penelitian penulis.

Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik mengenai *e-commerce* atau jual beli online:

- 1.4.1. Skripsi pada tahun 2021 yang ditulis oleh Elsavira Nurizzah NIM. G94217086 mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul “Optimalisasi *E-Commerce* bagi *Momprenneur* dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Komunitas Tangan di Atas (TDA) Lamongan”. Penelitian ini berfokus pada optimalisasi *e-commerce* yang dilakukan oleh *momprenneur* dengan cara meningkatkan kualitas konten promosi untuk menumbuhkan jumlah *customer relationship* sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan dan jumlah keuntungan pada masa pandemi covid-19 serta implementasi *e-commerce* memiliki kesamaan fundamental dengan konsep *ba’i as-salam*.
- 1.4.2. Skripsi pada tahun 2020 yang ditulis oleh Lailatul Mufidah, NIM. 210216005 mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang berjudul “Pelaksanaan Jual Beli *Online* di Retail Wilayah Ponorogo dalam Perspektif *Al-Mas}lah}ah Al-Mursalah*”. Dalam skripsi ini memiliki fokus penjelasan mengenai pemasaran *online* dan penanganan *complain* dalam pelaksanaan jual beli *online*. Pemasaran *online* yang dilakukan di Retail Wilayah Ponorogo ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan *mas}lah}ah mursalah*. Dan untuk penanganan *complain* dalam jual beli *online* pada penelitian ini

telah memenuhi syarat *mas}lah}ah mursalah* karena telah memenuhi kriteria *mas}lah}ah mursalah* yaitu *kemas}lah}atan hakiki*, *kemas}lah}atan umum*, dan *kemas}lah}atan* tidak bertentangan dengan *nass*.

1.4.3. Skripsi pada tahun 2020 yang ditulis oleh Kartika Dwi Sara, NPM. 16011010 mahasiswa Universitas Wijaya Putra yang berjudul “Peran Kewirausahaan dan *E-Commerce* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (Studi Kota Surabaya)”. Skripsi ini berfokus pada pembahasan mengenai peran wirausaha dalam menjalankan bisnis dengan memanfaatkan *e-commerce* dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan usaha mikro menengah (umkm) dan mayoritas wirausaha telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjual produknya.

1.4.4. Skripsi pada tahun 2017 yang ditulis oleh Walia Nabila Sa’ad, NPM. 1351010095 mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandar Lampung)”. Skripsi ini memiliki fokus pembahasan mengenai penggunaan *e-commerce* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan para pelaku usaha di Sentra Industri Kripik Pisang, dan

penggunaan *e-commerce* oleh pedagang yang ditinjau berdasarkan prinsip etika bisnis Islam telah sesuai.

- 1.4.5. Skripsi pada tahun 2016 yang ditulis oleh Jiwati Arum, NIM. 12220136 mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjudul “Pelaksanaan Bisnis *Online* di Kota Malang dalam Perspektif *Mas}lah}ah* (Studi di Toko Serba Oleh-oleh Malang)”. Skripsi ini menjelaskan bahwa penerapan bisnis *online* merupakan sebuah terobosan baru dalam melakukan bisnis, karena dalam pelaksanaannya memberikan banyak manfaat yaitu memberikan kemudahan, adanya keamanan, dan adanya tanggung jawab serta kontrol dalam pelaksanaan transaksinya. Pada penelitian ini, penerapan bisnis online yang ditinjau berdasarkan *mas}lah}ah* masuk dalam kategori *mas}lah}ah al-Tahsiniyah*.

1.5. Tujuan Penelitian

- 1.5.1. Untuk mengetahui praktik pemanfaatan *e-commerce* pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.
- 1.5.2. Untuk mengetahui peran pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19 ditinjau dari *mas}lah}ah mursalah*.

1.6. Kegunaan Hasil Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para akademisi untuk meningkatkan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara umum, terutama pengetahuan mengenai Ekonomi Islam, dan khususnya pengetahuan terhadap pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi covid-19 yang ditinjau berdasarkan *masalah}ah mursalah*.
- b. Dapat dijadikan acuan atau sumber referensi untuk penelitian yang akan datang.

1.6.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai bentuk penerapan ilmu yang selama ini ditekuni dan dapat memberikan manfaat berupa pengalaman serta wawasan baru mengenai pemanfaatan *e-commerce* yang ditinjau berdasarkan *masalah}ah mursalah* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di masa pandemi covid-19.
- b. Bagi masyarakat pada umumnya, dan Pelaku UMKM pada khususnya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan terkait pentingnya memanfaatkan teknologi yaitu *e-*

commerce sebagai media pemasaran dan penjualan produk guna meningkatkan pendapatan di masa pandemi covid-19.

- c. Bagi praktisi ataupun pembaca, dapat dijadikan sebagai bahan kajian, atau dapat menjadi bahan tambahan atau perbendaharaan bacaan bagi mahasiswa yang membutuhkan, khususnya mahasiswa ekonomi syariah.
- d. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terhadap masalah yang sedang diteliti di masa yang akan datang.

1.7. Definisi Operasional

1.7.1. Pemanfaatan *E-Commerce*

Pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat, yang berarti suatu faedah, yang memiliki imbuhan *pe-an* dimana berarti suatu proses atau tindakan memanfaatkan (Ishak, 2014). Sedangkan *E-Commerce* merupakan suatu kegiatan jual beli yang menggunakan internet sebagai mediana (Suryana et al., 2013). Sehingga pemanfaatan *e-commerce* dalam penelitian ini yaitu suatu kegiatan jual beli *online* yang dilakukan oleh Pelaku UMKM dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai media dalam melakukan transaksi.

1.7.2. Meningkatkan Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat sebagai balas jasa atau sumbangan faktor-

faktor produksi dalam jangka waktu tertentu (Indraswari & Kusuma, 2018). Meningkatkan pendapatan merupakan suatu upaya menambah jumlah penghasilan yang dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup.

1.7.3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri atau yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, atau yang menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau besar. UMKM memiliki kekayaan bersih sebesar Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan yang paling banyak yaitu Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) dan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan sebesar Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga yang paling banyak sebesar Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus ribu rupiah) (Arianty, 2017).

1.7.4. Pandemi Covid-19

Pandemi merupakan sebutan untuk sebuah epidemi yang telah menyebar luas ke seluruh penjuru dunia dan pada umumnya menjangkit banyak orang, sedangkan epidemi adalah sebutan untuk jumlah kasus penyakit yang terus meningkat secara tiba-tiba pada

suatu populasi di suatu daerah tertentu. Epidemologi disini yaitu kasus penyakit yang disebabkan oleh virus corona atau *coronavirus* (Sudaryono et al., 2020).

1.7.5. *Mas}lah}ah Mursalah*

Mas}lah}ah menurut bahasa berarti baik, memiliki manfaat dan terlepas dari kerusakan, sedangkan secara etimologi, *al-mursalah* memiliki arti bebas atau terlepas. Jika dihubungkan dengan *mas}lah}ah* maka kata bebas atau terlepas berarti terlepas atau tidak ada keterangan yang menunjukkan boleh atau tidaknya dilakukan. Sehingga *mas}lah}ah mursalah* merupakan suatu hal atau keadaan yang mengandung manfaat namun tidak terdapat dalil khusus baik yang menerima atau menolaknya (Aini, 2016).

1.7.6. Sentra Wisata Kuliner

Sentra Wisata Kuliner merupakan suatu lokasi yang ditempatkan secara terpusat yang tersebar di beberapa wilayah Kota Surabaya. Sentra Wisata Kuliner merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk para pedagang yang dulunya merupakan para pedagang kaki lima (PKL) yang menjual makan atau minuman di pinggir-pinggir jalan agar dapat menjalankan usahanya dibawah pembinaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya (Agustina, 2020).

1.8. Sistematika Skripsi

Sistematika yang tersusun dalam skripsi ini terdiri atas 6 bab, pada setiap bab nya terdapat beberapa sub bab. Di dalam sub bab tersebut terdapat sebuah penjelasan-penjelasan mengenai isi dalam penelitian ini. Berikut merupakat penjelasan dari ke 6 bab tersebut:

Bab I pendahuluan, menjelaskan beberapa sub bab diantaranya adalah latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, dan sistematika skripsi.

Bab II kajian pustaka, memberikan pemaparan terhadap penelitian sebelumnya, landasan teori, dan kerangka konseptual. Landasan teori akan menjelaskan *e-commerce* dan peranannya dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM, UMKM di masa pandemi covid-19, dan konsep *masalah}lah}ah mursalah*.

Bab III metode penelitian, menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang digunakan, batasan masalah, deskripsi data yang dikumpulkan, lokasi dalam penelitian, subjek dan objek yang digunakan, sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data yang digunakan, teknik pengelolaan data yang digunakan, dan teknik dalam menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV hasil penelitian, memaparkan data yang telah diperoleh dalam penelitian diantaranya adalah gambaran singkat terkait lokasi atau objek penelitian yaitu Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya dan

memaparkan data terkait dengan praktik pemanfaatan *e-commerce* dan perannya dalam meningkatkan pendapatan yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara.

Bab V pembahasan hasil penelitian, menjelaskan tentang Analisis Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ditinjau dari *Mas}lah}ah Mursalah*.

Bab VI Simpulan dan Saran, pada bab ini menjelaskan tentang pembahasan akhir berupa kesimpulan sebagai jawaban dan kemudian pemberian suatu saran.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
Elsavira Nurizzah (2021)	Optimalisasi <i>E-Commerce</i> bagi <i>Momprenneur</i> dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Komunitas Tangan di Atas (TDA) Lamongan	Memiliki persamaan pada topik yang dibahas yaitu <i>e-commerce</i> dan memiliki persamaan pada metode penelitian yaitu kualitatif.	Memiliki perbedaan pada analisis penerapan <i>e-commerce</i> yang digunakan, pada penelitian yang dilakukan oleh Elsavira analisis ekonomi Islam berfokus pada rukun <i>bai as-salam</i> , sedangkan pada penelitian ini ditinjau dari <i>mas}lah}ah mursalah</i> .	Pengoptimalan <i>e-commerce</i> yang digunakan mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi <i>momprenneur</i> di masa pandemi covid-19 dan telah sesuai dengan ekonomi Islam
Lailatul Mufidah (2020)	Pelaksanaan Jual Beli <i>Online</i> di Retail Wilayah Ponorogo dalam Perspektif <i>Al-Mas}lah}ah Al-Mursalah</i>	Memiliki persamaan analisis yang digunakan yaitu ditinjau dari <i>mas}lah}ah mursalah</i> .	Memiliki perbedaan yaitu pada penelitian yang dilakukan Lailatul Mufidah berfokus pada pembahasan mengenai pemasaran dan komplain dalam pelaksanaan jual beli <i>online</i> di Retail sedangkan pada penelitian ini berfokus	Teknik pemasaran yang dilakukan penjual <i>online</i> di retail wilayah Ponorogo ada yang telah sesuai <i>mas}lah}ah mursalah</i> dan ada yang belum sesuai <i>mas}lah}ah mursalah</i> serta penanganan komplain yang dilakukan oleh penjual telah

			dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di masa pandemi covid-19.	sesuai dengan <i>mas}lah}ah mursalah</i> .
Kartika Dwi Sara (2020)	Peran Kewirausahaan dan <i>E-Commerce</i> Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (Studi Kota Surabaya)	Memiliki persamaan pada topik yang dibahas yaitu mengenai <i>e-commerce</i> .	Memiliki perbedaan yaitu pada penelitian Kartika lebih berfokus pada peran wirausaha yang memanfaatkan <i>e-commerce</i> dan analisis perspektif Islam berfokus pada etika bisnis Islam. Sedangkan pada penelitian ini ditinjau berdasarkan <i>mas}lah}ah mursalah</i> .	Peran wirausaha yang menjalankan bisnis dengan memanfaatkan <i>e-commerce</i> dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan mayoritas wirausaha telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjual produknya.
Walia Nabila Sa'ad (2017)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandar Lampung)	Memiliki persamaan pada topik yang dibahas yaitu <i>e-commerce</i> dan peningkatan pendapatan.	Memiliki perbedaan pada metode penelitian dan analisis yang digunakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Walia menggunakan metode kuantitatif dan analisisnya ditinjau berdasarkan etika bisnis Islam, sedangkan metode penelitian yang digunakan	Penggunaan <i>e-commerce</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha di Sentra Keripik, dan penggunaan <i>e-commerce</i> oleh pedagang yang ditinjau berdasarkan prinsip etika bisnis Islam telah sesuai.

			pada penelitian ini yaitu metode kualitatif serta ditinjau dari <i>mas}lah}ah mursalah</i> .	
Jiwati Arum (2016)	Pelaksanaan <i>Bisnis Online</i> di Kota Malang dalam Perspektif <i>Mas}lah}ah</i> (Studi di Toko Serba Oleh-oleh Malang)	Memiliki kesamaan topik pembahasan mengenai jual beli yang dilakukan secara <i>online</i> .	Pada penelitian Jiwati Arum dianalisis berdasarkan perspektif <i>mas}lah}ah</i> yang lebih berfokus pada <i>mas}lah}ah</i> berdasarkan segi kualitas dan kepentingan <i>kemashlahatan</i> sedangkan pada penelitian ini ditinjau dari <i>mas}lah}ah</i> berdasarkan keberadaan <i>mas}lah}ah</i> menurut syara' yaitu <i>mas}lah}ah mursalah</i> .	Penerapan <i>bisnis online</i> merupakan sebuah terobosan baru dalam melakukan bisnis dan dalam pelaksanaannya memberikan banyak manfaat. Dan tinjauan <i>mas}lah}ah</i> pada penelitian ini masuk dalam kategori <i>mas}lah}ah al-Tahsiniyah</i> .

2.2. LANDASAN TEORI

2.2.1. E-Commerce dan Perannya dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang

a. Pengertian *e-commerce*

E-commerce berasal dari dua suku kata yaitu *electronic* dan *commerce*. *Electronic* menurut bahasa yaitu semua alat yang

berhubungan dengan teknologi dan dunia elektronik, sedangkan *commerce* merupakan suatu perdagangan atau perniagaan (Sara, 2020).

E-Commerce merupakan suatu sistem atau paradigma baru yang memanfaatkan teknologi *ICT (Information and Communication Technology)* dalam dunia bisnis yaitu mengubah paradigma perdagangan tradisional menjadi *e-commerce* (Karimi, 2020).

Electronic commerce atau *e-commerce* merupakan segala aktivitas jual beli menggunakan media elektronik dan telekomunikasi data dalam operasionalnya. Di dalam *e-commerce* mencakup proses pembelian, promosi, hingga pemasaran produk (Syamruddin et al., 2021).

E-Commerce memiliki tiga keunggulan yaitu jangkauan yang luas, banyak informasi produk yang disediakan, dan akses yang mudah bagi konsumen. Keunggulan *E-Commerce* secara luas ditunjukkan dengan hadirnya Gambar, video, dan layanan penjualan yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara produsen dan konsumen (Suryana et al., 2013)

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan suatu sistem baru dalam melakukan transaksi jual beli dimana dalam operasionalnya tidak memerlukan pertemuan penjual dan pembeli secara

langsung, namun menggunakan media elektronik dan teknologi internet serta didalamnya memberikan kemudahan dan jangkauannya yang luas.

a. Mekanisme jual-beli dalam *e-commerce*

Berikut merupakan mekanisme dari jual beli dalam *e-commerce*:

- a) *Information sharing*, dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menarik konsumen sebanyak mungkin. Pada saat yang sama, konsumen mencari informasi sebanyak mungkin tentang produk atau jasa yang diinginkan.
- b) Proses pemesanan produk atau jasa secara *online* atau menggunakan media elektronik. Pada proses ini para pihak yang bertransaksi akan mencapai kesepakatan. Aktivitas transaksi antara penjual dan pembeli terjadi melalui beberapa jaringan seperti *Electronic Data Interchange (EDI)* atau ektranet.
- c) Aktivitas purna jual, pada tahap ini meliputi hal-hal yang berkaitan tentang keluhan terkait masalah produk, permintaan informasi baru, dan cara penggunaan lainnya. Seseorang yang berminat terhadap suatu barang dapat melakukan perdagangan dengan melakukan pemesanan

secara elektronik (*online order*) dengan menggunakan komputer dan jaringan internet (Dhinarti, 2019).

b. Peran *E-Commerce* dalam Meningkatkan Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan dalam satuan mata uang yang diperoleh seseorang ataupun suatu negara dalam periode waktu tertentu. Sehingga pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima seseorang atau anggota masyarakat sebagai imbalan atau kontribusi terhadap faktor produksi dalam jangka waktu tertentu (Indraswari & Kusuma, 2018).

Dalam penelitian (Asnawi & Anggraini, 2019) dijelaskan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan adalah teknologi. Salah satu cara memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pendapatan yaitu dengan memanfaatkan *e-commerce* dalam menjalankan usaha, karena peranannya sebagai sarana bisnis memiliki banyak manfaat, tidak hanya untuk pelaku bisnis, namun juga bagi konsumen dan pemerintah.

Berikut beberapa peranan dari *e-commerce*:

- a) Menjadi solusi bagi pelaku bisnis saat pandemi covid-19 untuk bertransformasi menggunakan *e-commerce* sebagai upaya meningkatkan pendapatannya tanpa melanggar protokol kesehatan karena transaksi yang dilakukan tanpa kontak fisik.

- b) Memberikan peningkatan pemahaman bagi para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba meningkatkan *online presence* dan mendorongnya untuk masuk ke berbagai *platform* penjualan *online* sehingga dapat bersaing dengan *brand* lainnya. Dengan pemahaman tersebut para pebisnis dapat mengembangkan produknya dan memaksimalkan penjualannya.
- c) Dapat meningkatkan jangkauan pemasaran karena dapat diakses melalui internet sehingga banyak orang yang dapat mengenalnya.
- d) Memudahkan dalam melakukan evaluasi dan mengukur keefektivitasan penjualan karena adanya penilaian yang dilakukan oleh konsumen di dalam aplikasi penjualan tersebut.
- e) Bagi konsumen, adanya *e-commerce* dapat mengfisiensi tenaga, waktu, biaya, serta transportasi. Karena dengan *e-commerce* konsumen dapat memilih produk melalui *smartphone* dan tidak perlu datang langsung ke toko.
- f) Dengan adanya *e-commerce* masyarakat semakin terbantu dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Ayu & Lahmi, 2020).

Selain adanya beberapa kelebihan *e-commerce* bagi konsumen, ternyata terdapat kelemahan diantaranya yaitu:

- a) Barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang terlihat pada gambar.
- b) Adanya penipuan seperti barang yang dipesan tidak terkirimkan.
- c) Adanya kekeliruan dalam mengirim pesanan karena ketidakteelitian penjual (Sudaryono et al., 2020).

c. *E-Commerce* berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam

Dalam *fiqh* muamalah konsep jual beli *e-commerce* sama dengan konsep *ba'i as-salam* (Muhammad, 2020). Menurut istilah para *fuqaha*, akad *salam* didefinisikan sebagai jual beli yang pembayarannya dilakukan pada saat itu juga dengan menyebutkan sifat dari barang tersebut (Yazid, 2017). Dalam kitab Wahbah az-Zuhaili, *bai as-salam* diartikan sebagai suatu perjanjian jual beli yang dilakukan dengan penyerahan barang di akhir dan pembayaran dilakukan di awal secara tunai (Sholikhin et al., 2019). *Salam* merupakan suatu jual beli dengan metode pembayaran disegerakan sementara penyerahan barang ditangguhkan (Sara, 2020).

Allah SWT telah berfirman dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah (2:282) sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ (البقرة/2: 282)

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya (Al-Baqarah/2:282).

Dari Ibn Abbas, Rasulullah SAW telah bersabda:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

Artinya: barang siapa melakukan *salaf* (salam), hendaklah melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui (HR. Bukhari, Shahih al-Bukhari).

Berdasarkan landasan tersebut dapat disimpulkan bahwa jual beli *as-salam* diperbolehkan sebagai kegiatan bermuamalah sesama manusia. Untuk melakukan transaksi *as-Salam* terdapat beberapa rukun yang harus dipenuhi di antaranya yaitu, adanya penjual (*muslam*), pembeli (*muslam ilaih*), harga (*tsaman*), barang yang dijualbelikan (*muslam fih*), dan ijab qabul (*sighat*).

Sistem jual beli *as-salam* sama dengan jual beli dalam *e-commerce*, yang membedakan di antara keduanya yaitu sistem penawaran, sistem pembayaran dan sistem penyerahan barang. Pada jual beli *as-salam* semuanya dilakukan dengan bertemu secara langsung, baik penawaran, pembayaran, maupun penyerahan produknya. Sedangkan pada *e-commerce* penawaran dilakukan secara *online* melalui internet, pembayaran dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung seperti melalui ATM, cek, *e-wallet* atau melalui pembayaran elektronik lainnya, lalu untuk penyerahan barang dilakukan dengan pengiriman melalui suatu *ekspedisi*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa keduanya merupakan jenis transaksi yang praktiknya dilakukan karena adanya perbedaan zaman. Keduanya terdapat sebuah

persamaan, namun juga terdapat beberapa perbedaan. Meskipun terdapat beberapa perbedaan, tidak dapat langsung menilai bahwa *e-commerce* adalah tidak sah, kecuali terdapat pertentangan yang jelas dengan prinsip dan nilai ajaran Islam di bidang muamalah, yang mengandung unsur *maghrib* yaitu *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), dan *riba*, serta produk atau jasa yang ditawarkan termasuk dalam sesuatu yang dilarang dan diharamkan dalam Islam. Oleh karena itu para pelaku *e-commerce* perlu memperhatikan agar dapat menghindari hal-hal yang tidak sejalan dengan konsep transaksi dalam Islam (Prawira, 2020).

2.2.2. UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19

a. Pengertian dan Kriteria UMKM

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil Menengah dijelaskan sebagai berikut:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan

usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.

50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah) (Laili & Setiawan, 2020).

b. Peranan UMKM

Berikut merupakan peran UMKM secara umum terhadap perekonomian negara:

- a) Memiliki peran paling penting dalam kegiatan ekonomi
- b) Berperan sebagai penyedia lapangan pekerjaan paling besar
- c) Memiliki peran penting dalam mengembangkan ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat
- d) Sebagai sumber inovasi dan pencipta pasar baru
- e) Berkontribusi terhadap neraca pembayaran (Sarfiyah et al., 2019).

c. Pandemi Covid-19

Pandemi merupakan sebutan untuk sebuah epidemi yang telah menyebar luas ke seluruh penjuru dunia dan pada umumnya menjangkit banyak orang, sedangkan epidemi adalah sebutan untuk jumlah kasus penyakit yang terus meningkat secara tiba-tiba pada suatu populasi di suatu daerah tertentu (Sudaryono et al., 2020). Epidemi disini yaitu kasus penyakit yang disebabkan oleh virus corona atau *coronavirus* yang menyerang saluran pernapasan dan spektrum klinisnya mencakup tidak bergejala, hingga penyakit saluran pernapasan

akut berat, sepsis dan disfungsi organ, dan kematian. Cara menyebarnya dari orang ke orang saat orang yang terinfeksi berada dalam jarak kontak erat dengan orang lain. Virus ini dilaporkan pertama kali terdapat di Kota Wuhan, China pada Desember 2019 dan terus menyebar ke seluruh dunia, dan masuk di Indonesia sejak tanggal 12 Maret 2020 (World Health Organization, 2020).

d. UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19

Menurut hasil survei *Katadata Insight Center (KIC)* pada 206 Pelaku UMKM di Jabodetabek, mayoritas 82,9% UMKM merasakan dampak negatif dari pandemi, sementara hanya 5,9% UMKM yang mengalami pertumbuhan positif. Selain itu 63,9% UMKM yang terdampak pandemi mengalami penurunan omzet hingga lebih dari 30%, dan hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. Survei KIC juga mengungkapkan bahwa UMKM berjuang untuk mempertahankan kondisinya. Mereka telah melakukan beberapa langkah peningkatan efisiensi seperti: pengurangan produksi barang/jasa, pengurangan jam kerja dan jumlah karyawan, serta pengurangan saluran penjualan/pemasaran. Meski begitu, terdapat beberapa UMKM yang mengambil tindakan lain seperti menambah saluran pemasaran sebagai upaya bertahan.

Selain itu, hasil survei BPS, Bappenas, Bank Dunia, dan lembaga lainnya juga menunjukkan bahwa akibat pandemi banyak UMKM yang mengalami kesulitan untuk membayar pinjaman, tagihan listrik, gas, dan memberikan gaji karyawan. Bahkan terdapat beberapa yang terpaksa memberhentikan karyawannya. Selain itu hambatan lainnya adalah kesulitan dalam mendapatkan bahan baku, permodalan, menurunnya jumlah pelanggan, distribusi dan produksi menjadi terhambat (Bahtiar, 2021).

2.2.3. *Mas}lah}ah Mursalah*

a. **Pengertian *Mas}lah}ah Mursalah***

Mas}lah}ah menurut bahasa berasal dari kata *صالح* yang terdapat tambahan huruf “*alif*” di depannya sehingga menurut memiliki arti “baik” dan lawan kata dari kata “baik” adalah “buruk” ataupun “rusak”. *Mas}lah}ah* berasal dari bentuk *masdar* *صالح* yang berarti manfaat dan terlepas dari kerusakan.

Berdasarkan kitab *Lisanul Arab* yang dikutip oleh Rahmad Syafi'i bahwasannya *al-mas}lah}ah* adalah bentuk *mufrad* dari *al-masalih* (المصالح) yang berarti terdapat manfaat, hal tersebut baik dari aslinya ataupun dari suatu prosesnya memberikan suatu hasil berupa kenikmatan ataupun manfaat serta pencegahan atau perlindungan seperti menjauhkan dari *kemud}aratan* dan penyakit. (Qorib & Harahap, 2016)

Sedangkan menurut istilah, para ulama telah memberikan beberapa definisi. Dalam pengertian tersebut, seperti yang telah dikutip oleh Amir Syarifuddin dan sebagaimana dijelaskan oleh Imam Ghazali yaitu *المحافظة على مقصود الشرع* memelihara tujuan *syara* (dalam membuat hukum). Serta definisi yang diberikan oleh Al-Khawarizmi yaitu *المحافظة على مقصود الشرع بدفع المفساد عن الخلق* (memelihara tujuan *syara* (dalam menetapkan hukum) dengan cara menghindarkan kerusakan dari manusia). Dapat ditarik kata kunci dari *mas}lah}ah* berdasarkan beberapa definisi tersebut yaitu memberikan suatu manfaat dan menghindari *kemud}aratan*. (Qorib & Harahap, 2016)

Berdasarkan segi kualitas dan skala prioritasnya, ulama ushul fiqh membagi *mas}lah}ah* menjadi 3 yaitu: *Mas}lah}ah d}aruriyah*, *mas}lah}ah ha>}jiyah* dan *mas}lah}ah tahsiniyah* (Qorib & Harahap, 2016).

Berdasarkan hubungannya dengan pengakuan *syara*, mayoritas ulama membaginya menjadi tiga yaitu:

- a) *Mas}lah}ah mu'tabarah* merupakan *mas}lah}ah* yang memiliki dalil khusus sebagai bentuk dasar dan jenis *kemas}lah}atan* tersebut sehingga *kemas}lah}atan* ini didukung oleh *syara*.
- b) *Mas}lah}ah mulg}{}{}{}{}{}hah* merupakan *mas}lah}ah* yang bertentangan dengan ketentuan *syara* dan dapat merusak

kemas}lah}atan yang lebih besar yang ditunjukkan oleh dalil, sehingga *mas}lah}ah* ini ditolak oleh *syara*.

- c) *Mas}lah}ah mursalah* merupakan *mas}lah}ah* yang keberadaannya tidak ditolak oleh *syara* ataupun didukung oleh *syara* karena tidak terdapat dalil khusus baik yang mengakui atau menolaknya (Aini, 2016).

Mas}lah}ah mursalah terdiri dari dua kata yang hubungannya adalah bentuk *al-maus}uf*, atau bentuk khusus yang menunjukkan bahwa itu adalah bagian dari *al-mas}lah}ah*, makna *mas}lah}ah* telah dijelaskan sebelumnya, dan kata *al-mursalah* (المرسلة) merupakan *isim ma'ful* dari *fi'il mad}i thulasi* yaitu رسل, ada penambahan kata “*alif*” pada kata dasar sehingga menjadi ارسل. Secara etimologi berarti bebas atau terlepas. Jika dihubungkan dengan *mas}lah}ah*, maka kata bebas atau terlepas berarti terlepas atau tidak ada keterangan yang menunjukkan boleh atau tidaknya dilakukan. (Aini, 2016)

Secara terminologi, para ulama *fiqh* memiliki definisi *mas}lah}ah mursalah* yang berbeda-beda, namun masing-masing memiliki suatu kesamaan makna. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Imam Ghazali (*apa-apa mas}lah}ah yang tidak ada bukti baginya dari syara' dalam bentuk nas} tertentu yang membatalkannya dan tidak ada yang memerhatikannya*). Sedangkan definisi *mas}lah}ah mursalah* menurut Abdul

Wahab K}alla>f adalah المصلحة التي لم يشرع الشارع حكما لتحقيقها ولم يدل الدليل على اعتبارها او الغائها (suatu mas}lah}ah dimana syar'i tidak mensyariatkan suatu hukum untuk menetapkannya dan tidak ada dalil syara yang menunjukkan atas pengakuannya dan pembatalannya). (Aini, 2016)

Sebagai pemuka mazhab Maliki, as-Syatibi menjelaskan bahwa *mas}lah}ah mursalah* adalah setiap prinsip Islam, tanpa bukti literal yang kongkret, tetapi sejalan dengan tindakan *syara'*, yang maknanya diambil dari dalil-dalil *syara'*. Oleh karena itu, selama menjadi prinsip dan digunakan *syara'* yang *qat'i*, prinsip tersebut sah sebagai landasan hukum. Menurut analisis *as-Syatibi*, Imam Malik mendefinisikan *mas}lah}ah mursalah* sebagai *mas}lah}ah* yang sejalan dengan tujuan, prinsip dan dalil *syara'* untuk menghilangkan kesempatan yang bersifat *d}aruriyah* dan *ha>jiyah* (Aini, 2016).

Dalam beberapa literatur dijelaskan bahwa *mas}lah}ah mursalah* disebut juga dengan kata *istislah* dan ada yang menyebutnya sebagai *mas}lah}ah mut}laqah* atau *munasib mursal*. Perbedaan dalam sebutan tersebut tidak mempengaruhi sifat dan maknanya (Qorib & Harahap, 2016).

a. **Dasar Hukum Mas}lah}ah Mursalah**

Asal muasal metode *mas}lah}ah mursalah* berasal dari Al-Qur'an dan dalil-dalil lain yang menekankan pentingnya menjaga suatu *kemaslahatan* umat manusia yaitu:

- a) Dalil dari tafsiran ayat Al-Qur'an suirat Yunus (10) ayat 57-58:

يَأْتِيهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ
لِّلْمُؤْمِنِينَ ٥٧ (يونس/10: 57)

Artinya: Wahai manusia, sungguh telah datang kepadamu pelajaran (Al-Qur'an) dari Tuhanmu, penyembuh bagi sesuatu (penyakit) yang terdapat dalam dada, dan petunjuk serta rahmat bagi orang-orang mukmin (Yunus/10:57).

قُلْ بِفَضْلِ اللَّهِ وَبِرَحْمَتِهِ فَبِذَلِكَ فَلْيَفْرَحُوا هُوَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ٥٨ (يونس/10: 58)

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Dengan karunia Allah dan rahmat-Nya itu, hendaklah mereka bergembira. Itu lebih baik daripada apa yang mereka kumpulkan.” (Yunus/10:58)

Ayat-ayat di atas menegaskan bahwa *mas}lah}ah* sangat penting karena menekankan pentingnya ajaran bagi umat manusia. Melalui pelajaran tersebut, Allah membimbing manusia ke jalan yang benar dan mencegah mereka dari kebinasaan. Kemudian dari lanjutan ayat tersebut, Allah memerintahkan manusia agar senantiasa berbahagia. Adanya kebahagiaan tersebut disebabkan karena terdapat suatu *kemaslahatan* yang besar. Seperti pada ayat tersebut, dan di dalam ayat-ayat lain bila ditelaah akan ditemukan suatu bukti tentang pentingnya menjaga *kemaslahatan* umat manusia.

- b) Hadis riwayat Ibnu Majjah

عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: قال رسول الله ﷺ لا ضرر ولا ضرار

Artinya: Dari Ibn ‘Abbas ra berkata: Rasulullah SAW bersabda. Tidak ada kemudharatan dan tidak ada yang memudharatkan di dalam Islam (HR. Ibn Majjah, no. 2431) (Mohamad, 2021).

Selain dalil yang berasal dari Al-Qur’an dan Hadits, *mas}lah}ah mursalah* juga merupakan dalil yang didasarkan pada praktik yang dilakukan oleh para sahabat Nabi, diantaranya adalah:

- a) Sahabat Abu Bakar as-Siddiq atas saran Umar bin Khattab mengumpulkan Al-Qur’an ke dalam beberapa *mus}af* dengan tujuan untuk menjaganya dari kepunahan atau kehilangan kemutawattirannya.
- b) Sahabat Umar bin Khattab memerintahkan penguasa (pegawai negeri) untuk memisahkan harta pribadi dari harta yang diperoleh dari kekuasaannya.
- c) Sahabat Umar bin Khattab tidak memberikan zakat kepada muallaf karena menurut Umar banyak kepentingan yang menuntutnya.
- d) Sahabat Usman bin Affan mencatat Al-Qur’an dalam satu dialek agar bacaan itu sendiri tidak terdapat suatu perbedaan (Qorib & Harahap, 2016).

Realitas kehidupan selalu berkembang di berbagai tempat dari waktu ke waktu. Perkembangan realitas ini menimbulkan berbagai persoalan yang memerlukan penyelesaian hukum.

Namun jumlah *nash* yang berbicara tentang hukum sangat terbatas. Untuk mengkondisikan situasi ini, kerja rasional diperlukan untuk menghasilkan jawaban yang sah. Ketika metode *qiyas* dapat menyelesaikan masalah dengan benar, maka metode inilah yang harus ditempuh terlebih dahulu untuk menjawab pertanyaan tersebut. Namun jika metode *qiyas* sulit diterapkan, maka seseorang tidak bisa berpangku tangan, karena salah satu langkah selanjutnya yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan *mas}lahah mursalah*.

b. Syarat-syarat *Mas}lah}ah Mursalah*

Ada beberapa syarat khusus yang harus dipenuhi agar *mas}lah}ah mursalah* dapat dijadikan sebagai metode dalam penetapan hukum Islam, diantaranya adalah:

- a) *Kemas}lah}atan* tersebut merupakan suatu *mas}lah}ah* yang hakiki dan bukan *kemas}lah}atan* semu, dapat diterima dengan akal sehat dan benar-benar mendatangkan manfaat bagi manusia serta menjauhkan dari suatu *kemud}aratan* bagi manusia secara utuh.
- b) *Kemas}lah}atan* tersebut merupakan suatu *mas}lah}ah* yang bersifat umum, bukan pribadi. Sehingga manfaat tersebut dapat dirasakan oleh setiap manusia dan tidak hanya untuk

beberapa orang atau beberapa pembesar atau kelompok yang menguasai.

- c) *Kemaslahatan* tersebut dapat diterima oleh akal sehat dan berjalan sesuai dengan maksud dan tujuan *syara* dalam penetapan hukum Islam, dimana dalam merealisasikan *kemaslahatan* bagi manusia tidak bertentangan dengan dalil-dalil *syara* yang terdapat dalam Al-Qur'an, Hadits maupun *ijma'* (Qorib & Harahap, 2016).

Sebagian besar jumbuh ulama *usul fiqh* sepakat bahwa secara prinsip, *maslahah mursalah* dapat dijadikan sebagai metode dalam penetapan hukum Islam, meskipun terdapat perbedaan pendapat tentang penerapan dan penetapan syaratnya.

Berikut merupakan pendapat beberapa ulama tentang penggunaan *maslahah mursalah* sebagai metode penetapan hukum Islam:

- a) Ulama Hanafi menyatakan bahwa konsep *maslahah mursalah* dapat dijadikan sebagai metode dalam penetapan hukum Islam dengan syarat bahwa sifat dan jenis kemaslahatan tersebut sesuai dengan *nash* atau *ijma'*.
- b) Ulama Hambali menerima *maslahah mursalah* untuk dijadikan metode penetapan hukum Islam. Kesimpulan tersebut dikutip oleh Nawir Yuslem dari kitab karya Ibn Hambal yang didalamnya terdapat suatu pernyataan dari

Abu Zahrah bahwa fuqaha dari mazhab Hambali memandang *mas}lah}ah mursalah* sebagai dasar-dasar perumusan hukum dan mereka semua merujuk kepada imam mereka, Ahmad bin Hambal.

- c) Ulama Maliki sering menggunakan *mas}lah}ah mursalah* dalam metode penetapan hukum Islam dengan senantiasa tidak mengambil kesimpulan yang bertentangan dengan syara serta tetap memelihara *maqa>}id syari>}ah*.
- d) Ulama Syafi'i menerima *mas}lah}ah mursalah* sebagai metode dalam menetapkan hukum Islam serta mengkategorikannya dalam *qiyas*. Namun juga ada yang berpendapat bahwasannya Imam Syafi'i menolak *mas}lah}ah mursalah* sebagai metode dalam menetapkan suatu hukum. Hal tersebut dikarenakan dalam suatu kitab *ar-Risalah* dijelaskan bahwa tidak menerima *ih-tisan* dalam menetapkan hukum Islam. Namun Imam Haramin dan Imam al-Ghazali dari mazhab Syafi'iyah membantah hal tersebut dengan memberikan bukti *ij-tihad* Imam Syafi'i berdasarkan *mas}lah}ah mursalah* (Qorib & Harahap, 2016).

Al-Gahzali mengemukakan beberapa syarat yang telah dijelaskan dalam kitab *us}ul fiqhnya* untuk menjadikan

mas}lah}ah mursalah sebagai metode dalam menetapkan suatu hukum, diantaranya adalah:

- a) *Kemas}lah}atan* harus sejalan sesuai tujuan syara' yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan atau kehormatan, dan memelihara harta.
- b) *Kemas}lah}atan* tidak bertentangan dengan al-Qur'an maupun hadits dan ijma'.
- e) *Kemas}lah}atan* termasuk dalam *mas}lah}ah d}aruriyah* dan *mas}lah}ah ha>}iyah*, apabila hal tersebut menyangkut kepentingan banyak orang, maka masalah tersebut setara dengan *mas}lah}ah d}aruriyah*.

Selanjutnya menurut as-Syatibi yang merupakan ulama dari mazhab Malikiyah memberikan dua kriteria supaya *mas}lah}ah mursalah* dapat dijadikan sebagai metode penetapan hukum Islam, di antaranya yaitu:

- a) *Mas}lah}ah* harus sejalan dengan jenis tindakan syara', apabila masalah tersebut bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits maka tidak dapat diterima sebagai metode dalam penetapan hukum Islam.
- b) *Mas}lah}ah* yang memiliki kriteria seperti di atas tidak ditunjukkan dengan suatu dalil khusus, apabila terdapat suatu dalil khusus yang menunjukkannya, maka hal tersebut

tidak tergolong dalam masalah namun termasuk ke dalam kajian *qiyas* (Qorib & Harahap, 2016).

Mengenai ruang lingkup operasional *mas}lah}ah mursalah*, Al-Ghazali dan As-Syatibi memiliki pendapat yang sama yaitu memberikan batasan terhadap ruang lingkup muamalah, namun tidak dalam ruang lingkup ibadah (Ishak, 2014).

Sedangkan menurut Abdul Wahab K}alla>f syarat *mas}lah}ah mursalah* agar dapat dijadikan sebagai legislasi hukum Islam adalah sebagai berikut:

- a) *Mas}lah}ah* tersebut merupakan *mas}lah}ah* yang hakiki (*mas}lah}ah haqqiyah qot}’iyyah*) dan bukan *mas}lah}ah* yang bersifat dugaan semata (*mas}lah}ah wahmiyyah*)
- b) *Mas}lah}ah* tersebut harus bersifat umum (*mas}lah}ah ‘ammah kulliyah*), *mas}lah}ah* tersebut untuk kepentingan banyak orang dan bukan hanya untuk kepentingan diri sendiri.
- c) *Mas}lah}ah* tersebut harus sesuai dan tidak bertentangan dengan hukum yang telah ditetapkan berdasarkan al-Qur’an, hadits, nass atau ijma’ para ulama’ (Jafar, 2015).

c. Relevansi *Mas}lah}ah Mursalah* dengan *Maqa>}sid Syari>}ah*

Secara bahasa (*lughawi*) *maqa>}sid syari>}ah* terdiri dari dua kata yaitu *maqa>}sid* dan *syari>}ah*. *Maqa>}sid* berasal dari bentuk jama’ yang memiliki arti kesengajaan atau tujuan.

Sedangkan syari'ah menurut bahasa adalah *المواضع تحدرالى الماء* yang memiliki arti jalan menuju sumber air. Hal ini juga diartikan sebagai jalan kearah sumber pokok kehidupan. (Khodijah, 2014)

Untuk *maqa>sjid syariah*, as-Syatibi menggunakan kata yang berbeda, yaitu *maqa>sjid syari>ah*, *al-maqa>sjid al-syar'iyyah fi al-syari'ah*, dan *maqa>sjid min syar'i al-hukm*. Meskipun memiliki perbedaan dalam suatu kata, namun tetap mengandung tujuan yang sama, yaitu tujuan hukum yang diturunkan oleh Allah SWT, sebagaimana telah diungkapkan oleh as-syatibi “*sesungguhnya syari'at itu bertujuan mewujudkan kemas}lah}atan manusia di dunia dan di akhirat, dan hukum-hukum disyari'atkan untuk kemas}lah}atan hamba.*” Dengan demikian, memahami kandungan *maqa>sjid syari>ah* adalah untuk *kemas}lah}atan* umat manusia.

Menurut istilah di kalangan ulama ushul fiqh adalah makna dan tujuan yang dikehendaki syara' dalam mensyariatkan suatu hukum bagi *kemas}lah}atan* umat manusia, disebut juga *asrar asy-syari'ah* yaitu rahasia-rahasia yang terdapat di balik hukum yang ditetapkan oleh syara, berupa *kemas}lah}atan* bagi umat manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, *maqa>sjid syari>ah* mengandung *kemas}lah}atan*. *Kemas}lah}atan* tersebut, melalui *maqa>sjid syari>ah* tidak

hanya dilihat dalam pengertian teknis belaka, tetapi dalam dinamika dan perkembangan hukum, dilihat sebagai sesuatu yang mengandung nilai filosofis yang telah ditetapkan Allah bagi umat manusia (Khodijah, 2014).

Maqasid syariah merupakan penjagaan terhadap lima aspek dalam kehidupan manusia yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Dengan terealisasinya kelima aspek tersebut maka akan tercapainya suatu *kemaslahatan* (Wulandari, 2017).

Salah satu aspek penting yang menjadi perhatian dalam *pentasri'an* hukum yakni masalah harta. Syariat menghendaki kehidupan yang layak dan sejahtera bagi manusia agar tidak mengalami penderitaan dan kepunahan karena ketiadaan harta benda. Oleh karena itu, pemeliharaan harta menjadi tujuan dari syariah dalam artian mendorong manusia untuk memperoleh dan mengatur pemanfaatannya. Pada dasarnya, syariat menekankan kewajiban untuk beribadah kepada Allah, namun tetap tidak boleh melupakan urusan di dunia termasuk dalam bekerja dan mencari harta (Noviyanti, 2019).

Allah berfirman dalam Al-Quran dalam Surat Al-Qassas (28) ayat 77 sebagai berikut:

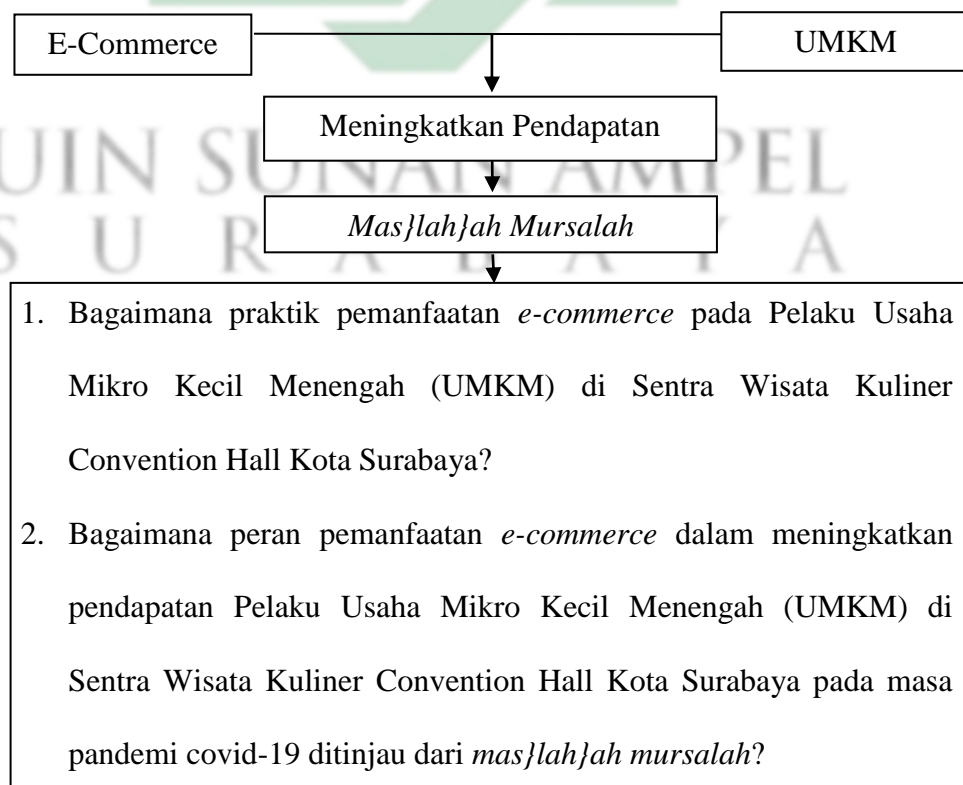
وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۗ (القصص/28: 77)

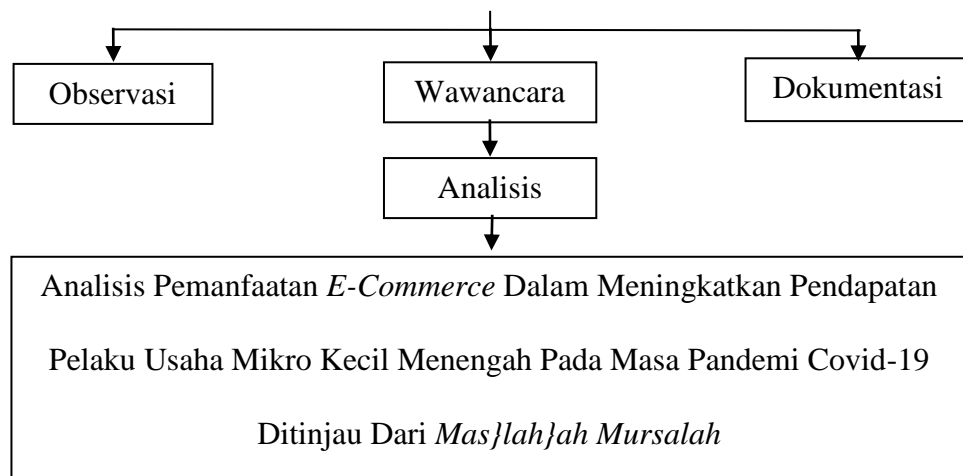
Artinya: Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu

lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Al-Qasas/28:77).

Memelihara harta dalam fiqh muamalah dikemukakan dalam berbagai macam diantaranya yaitu dengan cara jual beli, sewa menyewa, investasi, dan lain sebagainya. Dalam Islam, *kemaslahatan* memelihara harta sangat diperhatikan. Hal tersebut dimaksudkan agar satu sama lain tidak memakan harta dengan cara yang tidak benar. Sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak yang bertransaksi atas harta kekayaan dapat terjaga dan bebas dari kejahatan, sehingga tercapainya ketentraman para pihak yang bertransaksi (Iswandi, 2014).

3.3. Kerangka Konseptual





Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini membahas tentang pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh Pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatannya di masa pandemi covid-19 kemudian dianalisis berdasarkan *mas}lah}ah mursalah*. Penelitian dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian hasil dari penelitian tersebut dianalisis guna memberikan hasil tentang “Analisis Pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari *Mas}lah}ah Mursalah* (Studi Kasus Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2013) metode penelitian kualitatif disebut sebagai metode *interpretative* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif, yang bertujuan mendeskripsikan dan membuat gambaran suatu temuan dengan cara yang akurat, sistematis, dan faktual berdasarkan beberapa fakta dan beberapa sifat dari fenomena yang peneliti temukan di lapangan. Penelitian kualitatif dikatakan berkualitas apabila data primer dan data sekunder yang dikumpulkan lengkap.

Peneliti melihat kondisi di lapangan serta melakukan wawancara pada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai pendukung data yang digunakan oleh peneliti terutama data yang berkaitan dengan pemanfaatan *e-commerce* yang digunakan oleh Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya dalam meningkatkan pendapatannya di masa pandemi covid-19 yang ditinjau berdasarkan *masalah-masalah*. Kemudian dianalisa terkait data yang telah diperoleh dari proses wawancara yang nantinya akan ditarik suatu kesimpulan.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yang berlokasi di Jl. Arief Rahman Hakim No. 131, Keputih, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60117.

3.3. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif istilah subjek disebut dengan informan atau partisipan (Abdullah & Saebani, 2014). Subjek pada penelitian disini yaitu Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yang menggunakan *e-commerce*.

Subjek dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* karena terdapat keterbatasan waktu, biaya, dan situasi peneliti serta keadaan sekarang yang kurang mendukung. Sehingga peneliti mengambil informan yang dianggap telah memenuhi kriteria bagi peneliti dan mampu untuk memberikan informasi dan data yang diinginkan. Kriteria tersebut sebagai berikut:

- a. Pelaku UMKM yang aktif dan kontinu berjualan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall minimal 3 tahun.
- b. Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yang menggunakan *e-commerce* dalam kurun waktu minimal 2 tahun
- c. Pengguna *e-commerce* yang telah memiliki lebih dari 200 ulasan dari konsumen.

Selanjutnya, objek dalam penelitian ini yaitu *e-commerce* yang digunakan oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.

3.4. Sumber Data

3.4.1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yaitu informasi dari tangan pertama atau narasumber. Data primer pada penelitian ini adalah data yang didapatkan secara langsung melalui wawancara dengan pihak yang bersangkutan yaitu Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Surabaya yang menggunakan *E-Commerce*.

3.4.2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber, melainkan melalui pihak ketiga. Data sekunder pada penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari ayat-ayat Al-Qur'an, Hadits, buku, jurnal, penelitian terdahulu, artikel ataupun data pendukung lainnya seperti wawancara dengan pendamping dan pengurus SWK, data pada aplikasi *e-commerce* dan data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Observasi

Observasi atau pengamatan proses sistematis yaitu kegiatan mengamati pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa yang terjadi dengan turun langsung ke lapangan guna menganalisa untuk dijadikan sebagai bahan dalam mendukung data penelitian. (Sugiyono, 2013) Dalam hal ini, observasi yang dilakukan yaitu peneliti mengamati keadaan para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.

3.5.2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab untuk mengetahui hal-hal dari responden secara mendalam (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada Pelaku UMKM yang menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya dan memenuhi kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, dan narasumber yang memenuhi kriteria tersebut adalah Bapak Hadi Nur Herman (Stand 13 Warung Mbak Bin), Bapak Suhanto (Stand 17 Soto Ayam Lamongan “Cak To”), dan Ibu Sriatun (Stand 19 Special Es Campur Sanggar Kopi). Selain itu melakukan wawancara dengan Bapak Jadika Indriadi selaku koordinator Sentra Wisata Kuliner Convention Hall dari Dinas Koperasi Usaha

Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya, serta melakukan wawancara dengan Bapak Andy Setiawan selaku ketua pengurus dan Ibu Marlin selaku bendahara pengurus di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam.

3.5.3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013) Dengan dokumentasi maka hasil penelitian analisis dan wawancara akan lebih akurat. Dalam penelitian ini dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah menggali data pada Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya.

3.6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Pada tahap ini peneliti meninjau kembali data-data dari sumber dan literasi yang telah terkumpul dan hasil wawancara terkait dengan pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yang ditinjau berdasarkan *masalah* *mursalah*.

3.6.2. Pengorganisasian Data (*Organizing*)

Tahap ini merupakan tahap menggolongkan, mengelompokkan, dan memilah data sesuai klasifikasi tertentu yang telah dibuat dan ditentukan peneliti untuk mempermudah dalam menganalisis data secara mendalam.

3.6.3. Analisis Data (*Analyzing*)

Tahap ini merupakan proses analisa yang memaparkan data dalam bentuk kalimat yang benar agar mudah dipahami, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan memilah data, membuat tema-tema, mengkategorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam suatu cara dan membuat rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu kembali memeriksa data dan mengelompokkan sesuai masalah yang diteliti. Setelah mereduksi data, maka data yang sesuai tujuan penelitian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian.

3.7.2. Penyajian Data

Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, dimana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.

3.7.3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini kesimpulan sudah ditemukan sesuai dengan bukti-bukti data yang diperoleh di lapangan secara akurat dan factual, dimulai dari pengumpulan data, seleksi data, *triangulasi* data, pengkategorian data, deskripsi data dan penarikan kesimpulan. Melakukan pengkategorian secara tematik, lalu disajikan ke dalam bagian-bagian deskripsi data yang dianggap perlu untuk mendukung pernyataan-pernyataan penelitian. (Harahap, 2020).

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota

Surabaya

4.1.1. Profil Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya

Sentra Wisata Kuliner atau biasa disebut dengan SWK merupakan fasilitas Pemerintah Kota Surabaya untuk para Pedagang Kaki Lima (PKL) sebagai tempat untuk berjualan makanan atau minuman dan pengelolaannya dibawah naungan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Para pedagang yang ada di SWK merupakan relokasi PKL yang dulu menjual makanan dan minuman di pinggir-pinggir jalan. Oleh karena itu dengan adanya SWK diharapkan para PKL dapat lebih tertib dalam berjualan tanpa mengganggu pengguna jalan lainnya. Total SWK yang ada di Surabaya saat ini terdapat 48 SWK yang tersebar di beberapa daerah Kota Surabaya. Salah satu SWK yang ada di Kota Surabaya adalah Sentra Wisata Kuliner Convention Hall.

Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya terletak di Jl. Arief Rahman Hakim No. 131, Kelurahan Keputih, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Sentra Wisata Kuliner ini dibangun oleh Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman, Cipta Karya dan Tata Ruang pada tahun 2016 dan mulai beroperasi kurang lebih pada

akhir bulan Juli 2016. Sentra Wisata Kuliner ini mulai diresmikan pada tanggal 4 Januari 2017 oleh Ibu Tri Risma Harini selaku Walikota Surabaya pada saat itu. Sentra Wisata Kuliner ini memiliki kapasitas 40 stand dan jumlah pedagang yang aktif saat ini yaitu 36 stand. Para pedagang sentra ini dahulu berasal dari relokasi PKL Jalan Klampis Jaya dan Jalan Gebang Putih Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya.

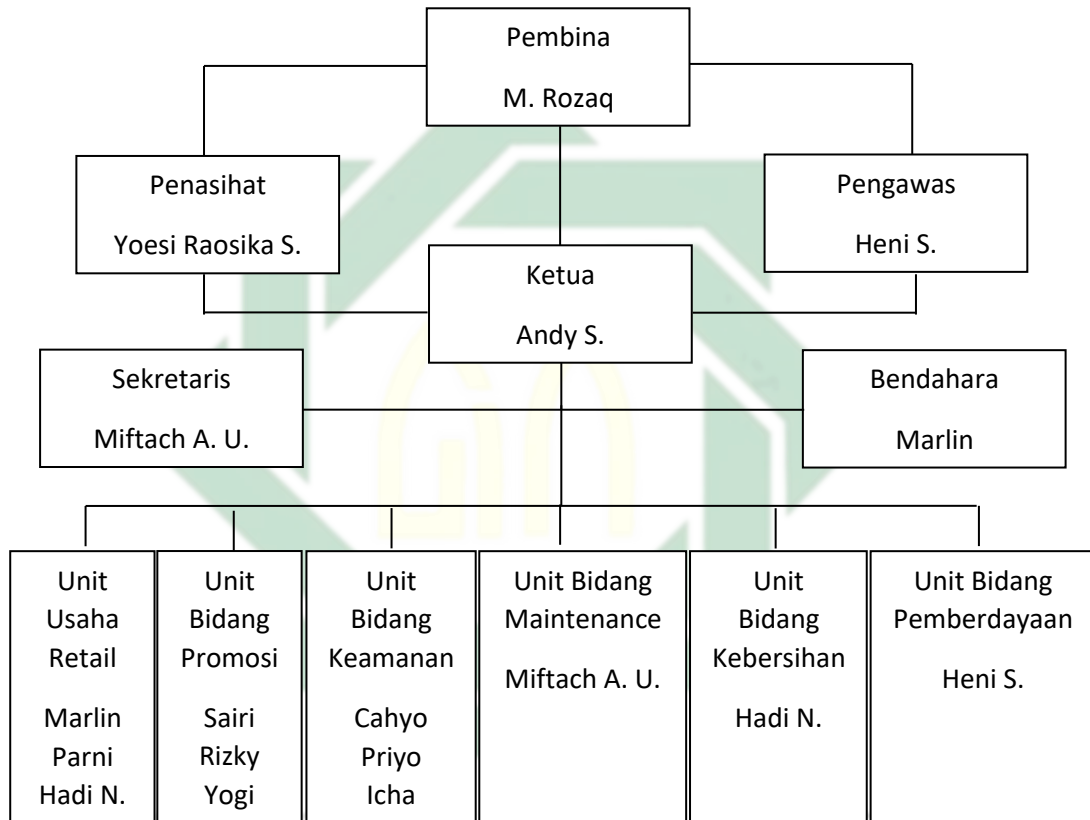
4.1.2. Kegiatan Di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya

Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya beroperasi setiap hari yaitu dari hari Senin hingga hari Minggu pukul 06.00 – 00.00 WIB. Namun untuk waktu operasional para pedagang berbeda-beda, ada beberapa pedagang yang beroperasi mulai dari pagi hari pukul 06.00 atau pukul 09.00 WIB, ada yang mulai beroperasi ketika mendekati jam makan siang, dan ada pula yang baru beroperasi saat sore hari, hal tersebut tergantung pada masing-masing pedagang, namun rata-rata pedagang aktif berjualan mulai pukul 09.00 WIB atau pukul 10.00 WIB. Di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya terdapat fasilitas panggung, sehingga selain untuk membeli makanan atau minuman, para pembeli disana juga dapat menikmati pertunjukan *live music* dangdut dan keroncong.

Selain berjualan, kegiatan para pedagang di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya adalah melakukan kerja bakti setiap 2 bulan sekali, hal tersebut dilakukan sebagai bentuk kekeluargaan antar pedagang dan kesadaran dalam menjaga kebersihan lingkungan. Para pedagang di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya memiliki prinsip untuk saling memiliki, menurut mereka dengan adanya prinsip tersebut maka setiap pedagang mau menjaga dan merawat serta tidak mementingkan kepentingan pribadi saja. Selain itu, di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya juga didirikan sebuah koperasi yaitu Koperasi CH Kuliner yang baru didirikan 3 bulan lalu. Koperasi tersebut menyediakan berbagai macam sembako dan kebutuhan pokok lainnya. Koperasi tersebut didirikan sebagai upaya meningkatkan bisnis untuk menopang biaya produksi para pedagang serta sebagai tambahan untuk membayar biaya retribusi.

4.1.3. Struktur Organisasi

Pengurus di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya dipilih berdasarkan musyawarah dan mufakat yaitu dengan pemungutan suara terbanyak. Adanya pengurus bertujuan untuk memudahkan dalam koordinasi. Berikut merupakan kepengurusan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya masa bakti tahun 2022-2024:



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi di SWK Convention Hal Kota Surabaya

4.1.1. Kondisi Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya Pada Masa pandemi Covid-19

Kondisi Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya sebelum adanya pandemi covid-19 cukup ramai, hal tersebut dikarenakan lokasi Sentra Wisata Kuliner ini terbilang cukup strategis karena berdekatan dengan kantor-kantor dan beberapa perguruan tinggi seperti Institut Teknologi Sepuluh November (ITS), Universitas Airlangga,

Universitas Hang Tuah, Universitas Narotama, dan Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, sehingga banyak pengunjung yang datang baik dari kalangan pekerja dan mahasiswa untuk makan siang atau sekedar rehat pada jam istirahat. Sebagai sumber pendapatan utama pedagang di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall, kondisi tersebut menjadi hal yang menguntungkan bagi para pedagang. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan oleh para pedagang sebagai berikut:

“Sebelum pandemi, kondisi di sentra ini lumayan ramai karena banyak mahasiswa-mahasiswa yang datang kesini seperti mahasiswa dari ITS, Unair, Hang Tuah, Narotama, Adhi Tama dll. Dan yang paling ramai biasanya anak-anak dari ITS. Yang ramai biasanya itu waktu jam makan siang, karena banyak dari orang-orang yang istirahat, dan malam biasanya ramai *mbak*, karena ada pertunjukan musik disini, jadi sebelum pandemi gitu para pedagang buka nya sampai malam hari.”

Selain itu, dijelaskan juga oleh Bapak Jadika selaku pendamping dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan sebagai berikut:

“Benar, ketika sebelum pandemi sentra ini cukup ramai *mbak*. Menurut saya karena letaknya yang strategis berdekatan dengan kampus-kampus jadi banyak mahasiswa yang berkunjung disini, selain itu disini kan juga ada panggung ini, jadi ramai karena ada pertunjukan musiknya juga, biasanya kalau tidak dangdut ya musik keroncong. Tapi karena pandemi kondisinya berubah menjadi sepi karena adanya aturan-aturan dari pemerintah itu jadi orang-orang jarang berkunjung.”

Saat virus covid-19 diumumkan pertama kali masuk ke Indonesia pada bulan Maret 2020, sebagai kota metropolitan dengan jumlah kepadatan penduduk terbanyak kedua di Indonesia, upaya Pemerintah Kota Surabaya untuk mencegah penyebaran virus dengan melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pertama kali pada tanggal 28 April – 11 Mei 2020,

dalam aturan tersebut sebagaimana terdapat pada Peraturan Walikota Surabaya Nomor 16 Tahun 2020 sesuai dengan keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/264/2020, memutuskan beberapa kebijakan bahwa selama PSBB kegiatan pembelanjaraan dilakukan secara *daring* dan aktivitas bekerja juga dilakukan dirumah saja atau biasa dikenal dengan sebutan *Work From Home* (WFH), dan untuk kegiatan penyediaan makanan dan minuman seperti restoran, rumah makan, cafe, atau warung dihimbau untuk membatasi layanannya dan mengutamakan agar melakukan pemesanan secara *online* dengan fasilitas layanan antar. Aturan tersebut terus diperpanjang dan berakhir pada tanggal 8 Juni 2020, kemudian terdapat aturan baru yaitu *new normal* sebagaimana terdapat pada Peraturan Walikota Surabaya Nomor 33 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 28 Tahun 2020, dalam perwali tersebut terdapat beberapa aturan salah satunya yaitu perkantoran, tempat makan, dan lainnya boleh beroperasi namun hanya berkapasitas 50% saja dan tetap menjaga protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Keadaan tersebut terus berlanjut hingga pada bulan Desember 2020 kasus covid-19 kembali meningkat hingga puncaknya pada bulan Januari 2021, akibat peningkatan tersebut pemerintah menerapkan kembali aturan PPKM jilid 1 dan 2, kemudian berlanjut hingga diberlakukan PPKM Mikro mulai tanggal 22 Juni 2021 hingga 5 Juli 2021. Aturan PPKM Mikro tersebut berdasarkan Surat Edaran Walikota Surabaya Nomor 443/6912/436.8.4/2021

memutuskan untuk memberikan pembatasan terhadap jam operasional warung makan, restaurant atau rumah makan, kafe, pedagang kaki lima, toko dan lain sebagainya mulai pukul 05.00 WIB dan berakhir pukul 20.00 WIB, dan layanan pesan antar dilakukan sesuai jam operasional rumah makan. Aturan tersebut terus berlanjut hingga berganti istilah menjadi PPKM Darurat dikarenakan pada saat tersebut kondisi penyebaran covid-19 di Surabaya sangat tinggi dan dinyatakan berstatus level 4, sehingga tempat umum banyak yang di tutup sementara, pelaksanaan kegiatan pada sektor non esensial diberlakukan 100% WFH, restaurant atau tempat makan hanya diperbolehkan untuk menerima pesanan online dan tidak diperbolehkan menerima pesanan *dine-in*, serta penerapan protokol kesehatan yang ketat. Kondisi tersebut merupakan kondisi paling parah di Kota Surabaya, penyebaran dan kasus yang terdeteksi covid-19 sangat tinggi hingga Kota Surabaya sempat mendapatkan status zona hitam penyebaran covid-19.

Pandemi covid-19 merupakan situasi yang sangat sulit bagi seluruh masyarakat, begitu pula bagi Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya. Para pedagang mengaku bahwa saat pandemi dampak yang dirasakan sangat luar biasa, mulai dari penutupan tempat makan sementara, berkurangnya jumlah pengunjung, dan berkurangnya pendapatan mereka yang sangat drastis. Hal tersebut dijelaskan oleh salah satu pedagang yang bernama Ibu Marlin (stan nomor 38) selaku bendahara pengurus SWK CH Sbagai berikut:

“Selama pandemi covid-19 di Sentra Wisata Kuliner CH ini pernah ditutup sementara *mbak*, dan semua bangku dinaikkan, sehingga tidak diperbolehkan untuk melakukan *dine-in* dan semua pedagang tidak diperbolehkan berjualan dalam beberapa waktu. Kondisi tersebut mengakibatkan para pedagang tidak memiliki pendapatan karena berjualan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya merupakan sumber penghasilan utama bagi mereka. Setelah boleh berjualan kembali, pendapatan mereka juga tidak semaksimal sebelum covid karena pelanggan tidak ramai seperti biasanya, hal tersebut dikarenakan kebijakan baru seperti pengurangan kapasitas tempat, jam operasional, dan masih terdapat beberapa masyarakat yang WFH.”

4.2. Praktik Pemanfaatan E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya

Digitalisasi usaha merupakan suatu cara baru bagi para pelaku usaha untuk mempermudah dalam berjualan dan melakukan transaksi serta mencari pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas. Oleh karena itu pemanfaatan *e-commerce* di era kemajuan teknologi dan di masa pandemi seperti ini sangat penting dilakukan oleh para pedagang untuk menunjang usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya terdapat tiga pedagang yang sesuai kriteria peneliti yang menggunakan *e-commerce* dalam melakukan penjualan. *E-Commerce* yang digunakan oleh para pedagang yaitu *Go-Food*, *Grab Food*, dan *Shopee Food*. Namun yang sering beroperasi adalah *Go-food*. Berikut merupakan data para pedagang yang menggunakan *e-commerce*:

Tabel 4. 1 Tabel Data Pelaku UMKM SWK CH Menggunakan *E-Commerce*

Nama	Nama	Nomor	Jenis Produk Yang	Tahun	<i>E-Commere</i>
------	------	-------	-------------------	-------	------------------

Penjual	Stand	Stand	Dijual	Pemakaian <i>E-commerce</i>	yang digunakan
Hadi Nur Herman	Warung Mbak Bin	13	Rawon Suwir, Cumi Hitam, Nasi Krawu, Nasi Krengsengan, Nasi Tongkol Balado, Sayur Bening, Sayur Sop, Minuman Sachet	2018	Go Food dan Grab Food
Suhanto	Soto Ayam Laongan "Cak To"	17	Soto Ayam, Soto Ayam Jeroan, Soto Ayam Campur, Soto Ayam Telur Rebus, Soto Ayam Special, Aneka Jus, dan Aneka Minuman	2019	Go Food
Sriatun	Special Es Campur Sanggar	19	Es Campur, Es Rumput Laut, Es Dawet, Es Cao, Es Teh, Es Jeruk, Aneka Minuman Sachet, Nasi Kare, Nasi Pecel, Nasi Campur, Nasi Cumi, Nasi Sayur Lodeh, Nasi Goreng	2017	Go Food

Sumber: Wawancara (data diolah)

Berikut merupakan pernyataan dari narasumber terkait alasan menggunakan *e-commerce* dalam melakukan penjualan:

Pernyataan pertama disampaikan oleh Hadi Nur Herman, pedagang SWK

CH nomor stan 13 sebagai berikut:

“Alasan saya menggunakan *e-commerce* adalah sebagai peluang untuk menambah pendapatan. Kalau ada peluang, kenapa tidak. Karena kita juga tidak bisa terus-terusan mengandalkan situasi seperti ini, kehidupan semakin canggih, apalagi di era pandemi seperti ini ya kita harus memanfaatkan peluang yang ada selagi hal tersebut memberikan suatu manfaat bagi kita.”

Selanjutnya pernyataan kedua dari Suhanto, pedagang SWK CH nomor stan

17 sebagai berikut:

“Alasan saya menggunakan *e-commerce* tujuannya agar pemasaran produk dapat lebih luas, karena dengan berjualan menggunakan *e-commerce* orang-orang dapat melihat produk saya di aplikasi sehingga banyak yang mengenal. Selain itu dengan menggunakan *e-commerce* dapat memberikan peningkatan pemahaman terkait jual beli *online* dan dapat *mengupgrade* diri untuk mengembangkan usaha sehingga dapat memaksimalkan penjualan dan berpeluang menambah pemasukan.”

Kemudian pernyataan ketiga dari Sriatun, pedagang SWK CH nomor Stan 19 sebagai berikut:

“Alasan saya menggunakan *e-commerce* dulu karena ada *sales* yang menawarkan, kemudian di era pandemi covid-19 seperti ini sangat membantu sehingga terus saya gunakan, karena di masa pandemi seperti ini tidak bisa terus mengandalkan pembeli datang secara langsung, karena selain untuk pemasaran dan meningkatkan pendapatan, penggunaan *e-commerce* diperlukan sebagai upaya mencegah penyebaran virus karena intensitas bertemu dengan pelanggan menjadi berkurang.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa alasan para pedagang menggunakan *e-commerce* dalam melakukan penjualan adalah sebagai peluang meningkatkan pendapatan, memperluas pangsa pasar, dan sebagai upaya mencegah penyebaran virus di masa pandemi covid-19.

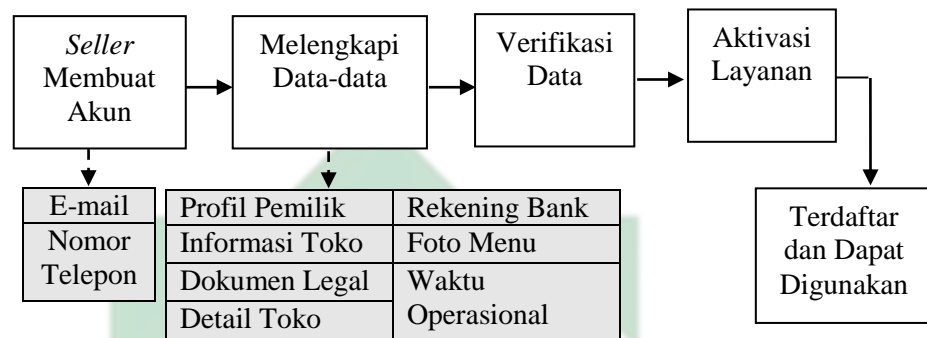
4.2.1. Mekanisme jual-beli dalam *e-commerce*

a. *Information Sharing*

Information sharing merupakan tahapan pertama yang dilakukan oleh para pedagang dalam melakukan jual beli. Tahapan ini merupakan tahap penjual dalam memberikan informasi terkait produk dan tahapan dalam menarik konsumen. Sebelum dapat melakukan hal tersebut, para pedagang

mendaftarkan warungnya pada aplikasi *e-commerce*. Adapun prosesnya adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Proses Mendaftarkan Akun Melalui *E-Commerce*



Sesuai dengan bagan diatas dapat diketahui bahwa Pelaku UMKM di SWK CH dalam melakukan penjualan melalui *e-commerce* dimulai dari membuat akun terlebih dahulu dengan memasukkan *e-mail* dan nomor telepon. Kemudian melengkapi data-data seperti profil pemilik, informasi toko, dokumen legal, detail toko, rekening bank, foto menu makanan dan minuman, serta mengatur jam operasional. Setelah data lengkap maka akan dilakukan verifikasi oleh pihak *e-commerce*. Setelah data terverifikasi maka layanan tersebut sudah aktif dan *e-commerce* tersebut sudah dapat digunakan oleh para penjual.

Setelah memiliki akun, maka pedagang dapat melakukan penjualan dan dapat menarik konsumen dengan cara memasarkan produknya yaitu memberikan foto dan deskripsi produk. Berikut merupakan contoh foto produk makanan dan minuman para pedagang pada aplikasi *e-commerce*:



Gambar 4. 3 Foto Produk Warung Mbak Bin SWK CH Stand 13



Gambar 4. 4 Foto Produk Soto Ayam Lamongan “Cak To” SWK CH Stand 17



Gambar 4. 5 Foto Produk Special Es Campur Sanggar SWK CH Stand 19

Selain memberikan foto produk yang menarik beserta deskripsinya, para pedagang juga memanfaatkan fitur promo pada aplikasi *e-commerce* guna menarik para pelanggan. Adapun pernyataan dari para pedagang sebagai berikut:

Pernyataan pertama disampaikan oleh Hadi Nur Herman, pedagang SWK CH nomor stan 13 sebagai berikut:

“Untuk menarik pelanggan biasanya saya menerapkan promo-promo yang ada pada aplikasi. Promo yang saya berikan biasanya promo menu, jadi beli makanan langsung gratis minuman, dan itu yang paling laku. Karena orang berpikir lebih hemat. Lalu saya juga pernah melakukan promo iklan untuk ayam geprek, jadi harganya cuma Rp. 10.000 itu selama 2 jam dan hanya ada 350 porsi saja. Itu belum 2 jam sudah langsung habis”

Selanjutnya pernyataan kedua disebutkan oleh Suhanto, pedagang SWK CH nomor stan 17 sebagai berikut:

“Untuk menarik pelanggan biasanya saya memberikan promo potongan harga makanan beserta ongkirnya. Karena seperti yang kita ketahui, kebanyakan orang pesan makanan lewat online dikarenakan adanya promo tersebut. Tujuannya biar bisa lebih hemat tanpa harus keluar untuk beli makanan. Dengan menerapkan promo tersebut alhamdulillah dapat membantu di situasi pandemi seperti ini sehingga berpeluang mendapatkan income lebih.”

Kemudian pernyataan dari Sriatun, pedagang SWK CH nomor stan 19 sebagai berikut:

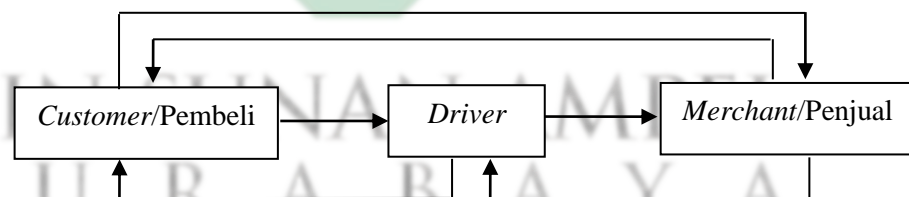
“Untuk menarik pelanggan saya biasanya memanfaatkan fitur promo, para pembeli biasanya sangat suka dengan harga yang murah, dalam menarik pelanggan tersebut saya memanfaatkan promo diskon coret, selain itu saya juga menerapkan beberapa promo seperti promo diskon presentase yaitu potongan sekian persen dengan minimal order sekian contohnya seperti saat ini saya memberikan promo diskon sebesar 50% dengan minimal order sebesar Rp. 20.000, besar diskon maksimal Rp. 20.000. Promo potongan harga makanan, contohnya

memberikan diskon makanan s.d. Rp. 3.000 dengan minimal order Rp.40.000. dan lain sebagainya.”

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa dalam tahap *information sharing* untuk menarik pelanggan, hal yang dilakukan oleh para pedagang adalah mengupgrade tampilan menu dan memanfaatkan fitur promo yang terdapat pada aplikasi. Fitur promo tersebut dapat membantu para pelaku usaha dalam membangun *brand awareness*, mendapatkan pelanggan baru, hingga sebagai upaya meningkatkan penjualan.

b. Proses Pemesanan Produk

Pada tahap ini pembeli melakukan pemesanan produk melalui aplikasi *e-commerce* dan mencapai kesepakatan untuk melakukan transaksi. Berikut merupakan alur dalam pemesanan produk melalui aplikasi *e-commerce*:



Gambar 4. 6 Proses Pemesanan Produk Melalui Aplikasi *E-Commerce*

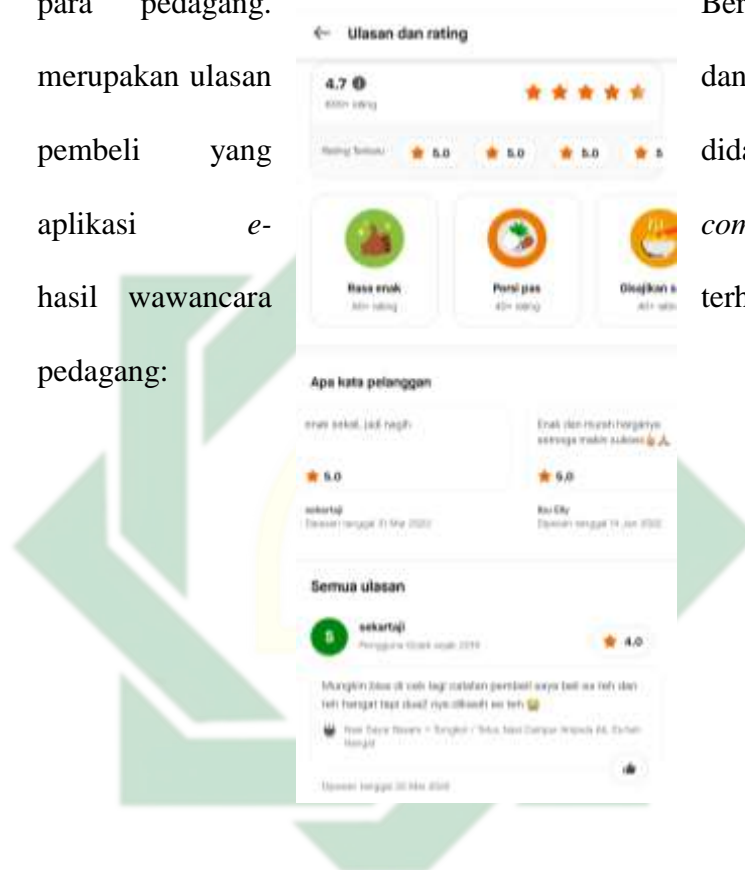
Berdasarkan bagan tersebut dapat dijelaskan bahwa saat orderan masuk dari *customer* maka penjual akan menerima *notifikasi* yang berisi detail pesanan dan informasi *customer*. Kemudian penjual melakukan validasi pesanan. Saat pesanan sudah di validasi maka saldo *customer* yang membayar melalui *e-wallet* atau rekening otomatis terpotong dan masuk pada sistem *e-commerce*. Setelah itu

pembeli mendapatkan *driver*. Saat *driver* sudah didapatkan, informasi *customer* dan detail pesanan otomatis muncul pada aplikasi milik *driver*. Kemudian pihak *driver* memasukkan pin yang berisi 4 angka sebagai konfirmasi bahwa *customer* telah melakukan pembayaran. Saat *driver* sudah memasukkan pin tersebut maka pembayaran dari *customer* yang masuk pada sistem *e-commerce* otomatis masuk ke saldo milik penjual. Kemudian *driver* menuju ke *restaurant* yang dituju. Saat pesanan siap untuk dikirim maka penjual melakukan konfirmasi kepada *driver*. Setelah melakukan konfirmasi maka *driver* mengantar pesanan kepada *customer* sesuai alamat yang dituju.

Apabila *customer* memilih metode pembayaran di tempat atau dikenal dengan sistem COD (*Cash On Delivery*) maka pembayaran diberikan pada *driver* saat pesanan telah sampai. Kemudian *driver* memasukkan pin yang berisi 4 angka maka saldo milik *driver* otomatis terpotong dan masuk ke saldo milik penjual. Proses selesai dan pembeli dapat memberikan penilaian pada *driver* dan restoran.

c. Aktivitas Purna Jual

Pada tahap ini berisi aktivitas setelah pesanan selesai yaitu terkait ulasan atau keluhan konsumen terkait produk atau pelayanan para pedagang. Berikut merupakan ulasan pembeli yang didapatkan dari aplikasi *e-commerce* serta hasil wawancara terhadap para pedagang:



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

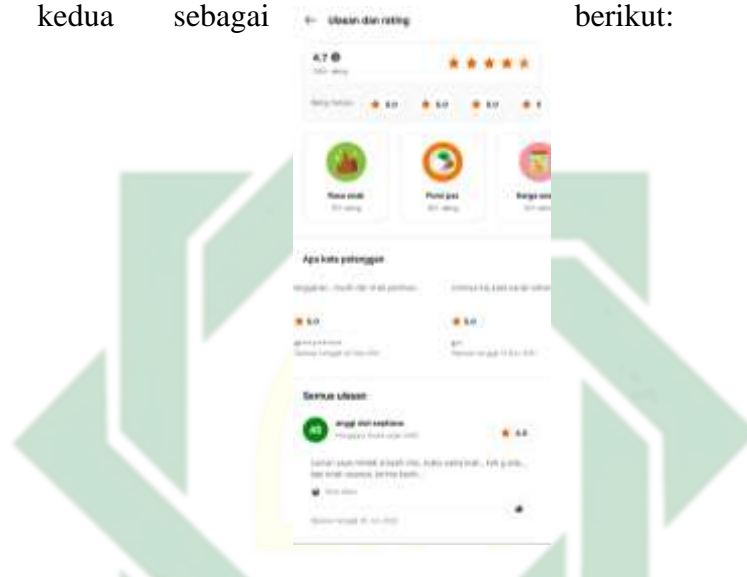
Gambar 4. 7 Ulasan Stan 13 “Warung Mbak Bin dari Pembeli Pada Aplikasi *E-Commerce*

Pada ulasan tersebut terdapat pembeli yang menyatakan bahwa membeli es teh dan teh hangat, dan pesanan tersebut sudah dituliskan pada catatan, namun oleh pedagang keduanya dikirimkan es teh.

Berikut merupakan pernyataan dari pedagang:

“Hal merupakan kesalahan dari saya karena saya tidak teliti untuk membaca catatan terlebih dahulu. Sebagai bentuk bertanggung jawab maka saya mengirimkan lagi produk sesuai pesanan dan *ongkir* saya yang tanggung karena hal tersebut memang kelalaian dari saya.”

Selanjutnya yaitu ulasan bagi narasumber kedua sebagai berikut:



Gambar 4.8 Ulasan Stan 17 “Soto Ayam Lamongan “Cak To” SWK

Berdasarkan ulasan tersebut terdapat pembeli yang menyatakan bahwa pembeli meminta diberi mie, kubis, dan kulit. Namun tidak dikirimkan oleh penjual.

Berikut merupakan pernyataan dari narasumber kedua:

“Hal tersebut dikarenakan persediannya sudah habis sehingga saya tidak dapat mengirimkannya, sebagai bentuk tanggung jawab maka saat pembeli tersebut melakukan pemesanan kembali saya berikan bonus sebagai permintaan maaf karena kekeliruan yang terjadi sebelumnya.”

Selanjutnya yaitu ulasan bagi narasumber ketiga sebagai berikut:



B **Gambar 4. 9 Ulasan Stan 19 “Special Es Campur Sanggar Kopi”
SWK CH**

Berdasarkan ulasan tersebut terdapat pembeli yang menyatakan bahwa terdapat rambut pada makanan. Berikut merupakan pernyataan dari narasumber ketiga:

“Hal tersebut terjadi karena ketidaksengajaan, dan hal tersebut menjadi peringatan untuk saya untuk lebih berhati-hati lagi. karena hal tersebut meresahkan pembeli, sebagai bentuk tanggung jawab maka saya mengirimkan kembali dan menggantinya dengan yang lebih baik.”

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing pedagang pernah mendapatkan komplain dari para pembeli, dan para pedagang bersedia untuk melakukan tanggung jawab atas kesalahannya. Selain itu dapat diketahui bahwa sebagian besar ulasan yang didapatkan oleh ketiga pedagang tersebut mendapatkan ulasan yang baik dan rating yang baik. Pada pedagang pertama mendapatkan rating sebesar 4.7, pedagang kedua juga mendapatkan rating 4.7, dan pedagang ketiga mendapatkan rating 4.6 dari penjual.

4.2.2. Kelebihan atau Manfaat dari Penggunaan *E-Commerce*

Dalam praktiknya, penggunaan *e-commerce* memberikan beberapa manfaat bagi para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya. Adapun pernyataan para pedagang terkait manfaat yang didapatkan dari penggunaan *e-commerce* sebagai berikut:

- a. Menjadi solusi bagi para pedagang untuk meningkatkan pendapatannya tanpa melanggar protokol kesehatan karena transaksi yang dilakukan tanpa kontak fisik.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Sriatun, pedagang SWK CH nomor stand 19 sebagai berikut:

“Adanya *e-commerce* ini sangat membantu sekali dalam menambah penghasilan selama pandemi. Jadi selama pandemi di sentra ini sangat sepi, bahkan tidak ada pengunjung, ya yang ramai pesanan lewat *online* ini. Serta transaksinya sangat mudah karena sekarang pembayaran yang masuk ke saya langsung masuk ke saldo. Semua pembayaran dari pembeli baik itu melalui *e-wallet*, rekening, atau COD langsung di transfer dan masuk ke saldo penjual. Sehingga hal tersebut bermanfaat saat pandemi kita tidak perlu melakukan kontak fisik dan tidak ribet karena pembayarannya kan selalu pas, jadi saya tidak perlu mencari uang kembalian.”

- b. Memberikan peningkatan pemahaman bagi para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba meningkatkan *online presence* dan mendorongnya untuk masuk ke berbagai *platform* penjualan *online* sehingga dapat bersaing dengan *brand* lainnya. Dengan pemahaman tersebut para pebisnis dapat mengembangkan produknya dan memaksimalkan penjualannya.

Pernyataan tersebut sebagaimana disampaikan oleh Suhanto pedagang SWK CH nomor stand 17 sebagai berikut:

“Adanya pandemi, kita sebagai penjual tentu seperti memutar otak. Berpikir bagaimana untuk dapat bertahan di situasi yang seperti ini. Maka dari itu memanfaatkan jualan *online* ini. Awalnya memang sedikit bingung, tapi karena keadaan seperti ini memaksa kita untuk terus belajar agar usaha kita berkembang dan mendapatkan penghasilan.”

- c. Dapat meningkatkan jangkauan pemasaran karena dapat diakses melalui internet sehingga banyak orang yang dapat mengenalnya.

Seperti pernyataan yang disebutkan oleh Suhanto pedagang SWK

CH nomor stand 17 sebagai berikut:

”Manfaat yang saya terima selama menggunakan *e-commerce* adalah kemudahan dalam menjalankan usaha, seperti melakukan pemasaran produk sehingga usaha saya lebih dikenal banyak orang serta dalam operasinya tidak dikenakan biaya, dan penggunaan *e-commerce* ini sangat membantu saya dalam meningkatkan pendapatan. Jadi manfaat yang saya terima *double*, selain diberi kemudahan saya juga mendapatkan keuntungan.”

Pernyataan serupa juga disebutkan oleh Hadi Nur Herman pedagang SWK CH nomor stand 13 sebagai berikut:

“Dengan adanya *e-commerce* jangkauan pemasaran saya menjadi lebih luas, orang yang sebelumnya tidak tahu produk saya menjadi tahu. Fitur promo yang ada didalamnya sangat bermanfaat sekali untuk mengiklankan produk saya, serta saya bisa diberikan rekomendasi di halaman utama. Itu membuat pesanan saya menjadi meningkat.”

- d. Memudahkan dalam melakukan evaluasi dan mengukur keefektivitasan penjualan karena adanya penilaian yang dilakukan oleh konsumen di dalam aplikasi penjualan tersebut.

“Bagi saya, dengan adanya *e-commerce* ini memudahkan dalam melakukan evaluasi. Karena pembeli dapat memberikan ulasan terhadap produk dan layanan kita, jadi sebagai penjual kita menjadi tahu kelebihan dan kekurangannya apa saja, jadi melalui itu semua usaha kami dapat terus berkembang dan terus berusaha untuk mempertahankan loyalitas pembeli.”

- e. Bagi konsumen, adanya *e-commerce* dapat mengfisiensi tenaga, waktu, biaya, serta transportasi. Karena dengan *e-commerce* konsumen dapat memilih produk melalui *smartphone* dan tidak perlu datang langsung ke toko sehingga mengurangi peluang untuk bertemu langsung dengan banyak orang di masa pandemi.
- f. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat semakin terbantu dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Seperti para pedagang lain yang terdorong untuk mendaftarkan jualannya menggunakan *e-commerce*. Seperti pernyataan dari Ibu Marlin stan SWK CH nomor 38 sebagai berikut:

“Saya baru dalam menggunakan *e-commerce* ini baru di tahun 2022 ini. Saya daftar karena saya melihat secara langsung manfaat yang diterima oleh rekan-rekan yaitu penjualan dapat terus berlangsung meskipun di tengah pandemi, sehingga dapat menambah pemasukan.”

Selain itu manfaat lain diterima oleh *driver online*, adanya *e-commerce* sebagai layanan pesan antar makanan dapat membantunya dalam memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, karena selama pandemi orderan *ojek online* sepi dikarenakan banyak masyarakat yang masih melakukan WFH.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa adanya *e-commerce* tidak hanya memberikan manfaat pada pelaku usaha saja, namun juga memberikan manfaat pada pedagang lain, *driver* dan para konsumen.

4.2.3. Resiko dari Penggunaan E-Commerce Bagi Penjual

Selain memiliki kelebihan atau manfaat, resiko dari penggunaan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

a. Pesanan yang tiba-tiba dibatalkan. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh narasumber sebagai berikut:

“Menurut saya resiko dalam menggunakan *e-commerce* ini adalah pesanan yang tiba-tiba dapat dibatalkan, biasanya hal tersebut terjadi saat pesanan sedang ramai dan pihak *driver* tidak mau menunggu sehingga dibatalkan. Atau saat sedang hujan sehingga terkadang ada *driver* yang membatalkan pesanan.”

b. Komplain konsumen terkait produk atau layanan yang kurang memuaskan. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh narasumber sebagai berikut:

“Menurut saya, adanya komplain dari pembeli memang sudah menjadi resiko sebagai penjual, konsumen memberikan komplain itu berarti ada yang kurang terhadap penjualan kita, entah itu dari layanannya yang kurang baik, atau lama dalam pengirimannya, atau terkait produk, entah itu rasanya yang tidak sama seperti sebelumnya, atau ketidaktepatan dalam mengirimkannya. Namun sebagai penjual, semaksimal mungkin memberikan yang terbaik, dan jika ada komplain seperti itu berarti kita harus memperbaiki lagi supaya tidak ada kesalahan-kesalahan yang terjadi.”

UIN SUNAN AMEL
S U R A B A Y A



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

5.1. Peran Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian pada BAB IV menjelaskan bahwa para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya mengalami penurunan pendapatan akibat pandemi covid-19 yang menyebabkan kondisi SWK menjadi sepi pengunjung. Beberapa pedagang memanfaatkan teknologi dalam pelaksanaan jual belinya. Teknologi yang dimanfaatkan oleh para pedagang yaitu teknologi layanan pesan antar makanan secara *online* atau biasa disebut dengan *e-commerce*. Adanya *e-commerce* membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatannya. Berikut merupakan data pendapatan para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yang memanfaatkan *e-commerce* dalam penjualannya:

Tabel 5. 1 Pendapatan Para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya

Nama Pedagang	Pendapatan (dalam rupiah)					
	2019		2020		2021	
	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Hadi Nur Herman	15.960.000	30.000.000	2.850.000	54.000.000	14.400.000	50.000.000
Suhanto	22.500.000	36.000.000	10.450.000	55.000.000	23.300.000	48.000.000
Sriatun	22.000.000	42.000.000	6.550.000	60.000.000	21.500.000	55.000.000

Sumber: Wawancara (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada masa pandemi covid-19 pendapatan *offline* para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan di tahun 2020, penurunan Pendapatan tersebut dikarenakan adanya aturan-aturan pemerintah terkait upaya dalam mengurangi penyebaran virus covid-19 sehingga kondisi di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya menjadi sepi pengunjung yang datang secara langsung sehingga berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang. Kemudian pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan. Pada tabel tersebut dapat diketahui juga bahwasannya selama pandemi covid-19, pendapatan *online* para pedagang di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan konsumsi masyarakat berpindah menjadi *online*. Dengan demikian, meski pendapatan secara *offline* para pedagang mengalami penurunan di masa pandemi, pendapatan para pedagang masih dapat stabil karena terbantu adanya penjualan *online* melalui *e-commerce* yang digunakan.

5.2. Analisis *Mas}lah}ah Mursalah* terhadap Peran Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19

Mas}lah}ah mursalah merupakan suatu hal yang mengandung manfaat atau *kemas}lah}atan*, dan *kemas}lah}atan* tersebut sesuai dengan *maqa>}jid syari>}ah* namun tidak ada dalil yang menerima atau menolaknya.

Pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya merupakan suatu tindakan yang tidak tertulis dalam al-Qur'an maupun hadits, namun dalam praktiknya memberikan banyak manfaat. Manfaat tersebut tidak hanya dirasakan oleh para pedagang, namun juga dirasakan oleh banyak orang seperti konsumen, masyarakat, dan pihak *driver online*.

Bagi para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya, pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan adalah sebagai upaya meningkatkan pendapatannya di masa pandemi covid-19, selain itu adanya *e-commerce* memberikan manfaat bagi para pedagang untuk memperluas pangsa pasar karena adanya kemudahan dalam melakukan promosi sehingga hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa pandemi covid-19. *Kemaslahatan* tersebut sesuai dengan syarat *masalah mursal* sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdul Wahab Kalla, yaitu *kemaslahatan* tersebut merupakan *kemaslahatan* yang hakiki dan bukan *masalah* yang bersifat dugaan, hal tersebut telah dibuktikan berdasarkan data pendapatan para Pelaku UMKM dengan adanya *e-commerce* pendapatan para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya dapat stabil dikarenakan adanya penjualan melalui *e-commerce* sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan *offline* para pedagang yang menurun akibat pandemi covid-19.

Berjualan di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya merupakan sumber utama pedagang dalam memperoleh pendapatan, dengan adanya pendapatan tersebut, para pedagang dapat mencukupi kebutuhan sehari-harinya, yaitu kebutuhan pokok. Dengan begitu, pemanfaatan *e-commerce* disini memberikan *kemaslah*atan bagi para pedaganag dan *kemaslah*atan tersebut sejalan sesuai tujuan syara' karena dapat memelihara lima aspek dalam kehidupan yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan atau kehormatan, dan memelihara harta sebagai berikut:

a. Memelihara Agama (*H}ifz} ad-Din*)

Keberadaan *e-commerce* memberikan manfaat pada para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya yaitu dengan adanya *e-commerce* dapat membantu pedagang untuk tetap memiliki pendapatan di masa pandemi dan para pedagang dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari serta memiliki dana untuk perputaran usahanya di masa pandemi covid-19. Sehingga hal tersebut membuat pedagang untuk selalu bersyukur dan dapat melakukan ibadah dengan tenang dan lancar.

b. Memelihara Jiwa (*H}ifz} an-Nafs*)

Dengan adanya *e-commerce* memberikan manfaat pada para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya dikarenakan dapat membantu dalam mencukupi kebutuhan pokok

sehingga dapat terjaganya jiwa manusia yaitu terjaganya hak untuk hidup secara baik, terhormat, dan termotivasi untuk selalu berusaha. Manusia memerlukan makan dan minum karena itu yang akan menjaga diri sendiri dan orang lain. Terutama di masa pandemi saat ini, dengan tercukupi kebutuhan pokok makan dan minum maka akan terjaga kesehatannya serta dapat meningkatkan imunitas tubuh dan dapat mencegah tertularnya virus di masa pandemi covid-19.

c. Memelihara Akal (*H}ifz} al-‘Aql*)

Adanya *e-commerce* memberikan manfaat bagi para pedagang yaitu meski Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya sepi, mereka tetap bisa berjualan dan memiliki pendapatan di masa pandemi covid-19 sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Oleh karena itu dengan adanya *e-commerce* memberikan dorongan kepada para pedagang untuk dapat bersyukur dan tidak putus asa di masa pandemi, dan hal tersebut dapat terjaganya akal untuk terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan hal-hal yang dapat merusak akal manusia.

d. Memelihara Keturunan (*H}ifz} an-Nasl*)

Sebagai orang tua dan sebagai seorang kepala keluarga, mencukupi kebutuhan hidup keluarga termasuk anak-anaknya merupakan suatu kewajiban, karena anak merupakan keturunan dan sebagai penerus dalam kehidupan. Dengan adanya *e-commere* memberikan manfaat bagi para pedagang untuk dapat memenuhi kebutuhan pokok keluarganya sehingga

para keluarga dan anak-anak mereka dapat bertumbuh kembang dan dapat melangsungkan kehidupan serta para orang tua dapat memberi biaya pendidikan pada anak-anaknya, sehingga anak-anak tersebut dapat menjadi penerus yang baik bagi keluarganya. Dengan demikian pemanfaatan *e-commerce* dapat memelihara keturunan.

e. Memelihara Harta (*H}ifz} al-Mal*)

Dengan adanya *e-commerce*, menjadikan para pedagang tetap memiliki pendapatan pada masa pandemi, dengan adanya pendapatan tersebut, para pedagang dapat mengarahkannya untuk membelanjakan pada hal-hal yang bersifat halal dan sesuai syariat, serta dapat melakukan zakat, infaq, dan sedekah sehingga harta tersebut terus mengalir tidak untuk pribadi saja namun untuk orang lain, serta adanya pendapatan tersebut perputaran modal para pedagang tetap terjaga dan dapat mempertahankan usahanya meski di masa pandemi covid-19.

Berdasarkan hal tersebut, maka *kemas}lah}atan* tersebut sesuai dengan syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana yang dikemukakan oleh al-Ghazali karena *kemas}lah}atan* tersebut sesuai dengan tujuan syara' untuk memelihara lima aspek dalam kehidupan manusia, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan atau kehormatan, dan harta. Syarat tersebut juga sejalan sebagaimana syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana yang dikemukakan oleh as-Syatibi.

Selain itu, pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya termasuk *kemas}lah}atan* yang menyangkut kepentingan banyak orang. Sebagaimana syarat *mas}lah}ah mursalah* yang dikemukakan oleh al-Ghazali, apabila *kemas}lah}atan* tersebut menyangkut kepentingan banyak orang maka setara dengan *mas}lah}ah d}aruriyah* dan hal tersebut sejalan dengan syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdul Wahab K}alla>f yaitu *kemas}lah}atan* tersebut bersifat umum (*mas}lah}ah 'ammah*). Hal tersebut dikarenakan adanya *e-commerce* juga memberikan manfaat bagi para pedagang lain, para *driver*, konsumen, dan masyarakat. Dengan adanya pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh ketiga pedagang tersebut, mendorong para pedagang lain untuk mendaftarkan jualannya ke *platform online*, selain itu para *driver* juga terbantu karena mendapatkan orderan dari layanan pesan antar makanan dan minuman *online* tersebut, karena di masa pandemi layanan ojek *online* sepi dikarenakan banyak masyarakat yang masih melakukan *work from home* (WFH), dengan adanya pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan para pedagang dapat membantu para pedagang lain dan para *driver* untuk mendapatkan tambahan penghasilan sehingga membantu memenuhi kebutuhan hidupnya dan hal tersebut dapat menghilangkan kesengsaraannya.

Selain itu manfaat yang diterima konsumen adalah efisiensi tenaga dan waktu, memudahkan dalam melakukan transaksi karena transaksi dapat dilakukan secara *online* dimana saja dan kapan saja serta mengurangi peluang

untuk bertemu langsung dengan banyak orang di masa pandemi yang dapat menimbulkan *kemud}aratan*. Allah berfirman dalam Al-Quran dalam Surat Al-Qassas ayat 77 sebagai berikut:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ٧٧ (القصص/28: 77)

Artinya: Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Al-Qasas/28:77).

Dan diterangkan dalam sebuah hadits sebagai berikut:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ سَعْدِ بْنِ مَالِكِ بْنِ سِنَانَ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ قَالَ: لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ (حَدِيثٌ حَسَنٌ رَوَاهُ ابْنُ مَاجَةَ وَالِدَارُ قُطَيْبِيُّ)

Artinya: Dari Abu Sa'id Sa'ad bin Malik bin Sinan Al-Khudri R.A bahwa Rasulullah SAW bersabda, “tidak boleh memberikan *mud}arat* tanpa disengaja ataupun disengaja.” (HR. Ibnu Majah, no. 2340; Ad-Daruquthni no. 4540).

Adapun kaidah ushul fiqh sebagai berikut:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ أَوْلَى مِنْ جَلْبِ الْمَصَالِحِ

Artinya: Mencegah kerusakan lebih didahulukan daripada mewujudkan *kemas}lah}atan*.

Berdasarkan dalil-dalil tersebut dapat disimpulkan bahwa didalam Islam dilarang melakukan hal yang menimbulkan *kemud}aratan* karena Allah SWT tidak menyukai perbuatan tersebut. Serta mencegah kerusakan merupakan hal yang lebih diutamakan daripada mengupayakan *kemas}lah}atan*. Oleh karena itu, penggunaan *e-commerce* memberikan dampak yang sangat besar bagi seluruh manusia untuk terhindar dari *kemud}aratan* yaitu menghindarkan manusia agar tidak terpapar virus covid-19 yang apabila terus menular akan memberikan kesengsaraan pada kehidupan manusia. Berdasarkan hal tersebut pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh para Pelaku UMKM di Sentra

Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya sesuai dengan syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana yang dikemukakan oleh al-Ghazali karena *kemas}lah}atan* tersebut tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan hadits. Syarat tersebut juga sejalan dengan syarat yang dikemukakan oleh as-Syatibi, dan Abdul Wahab K}alla>f.

Sehingga berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM pada masa pandemi covid-19 yang ditinjau dari *mas}lah}ah mursalah* telah sesuai karena telah memenuhi syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana disebutkan oleh al-Ghazali, as-Syatibi, dan Abdul Wahab K}alla>f.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Praktik pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya terdapat tiga tahapan dalam mekanismenya yaitu tahap *information sharing*, tahap proses pemesanan produk, dan tahap aktivitas purna jual. Pada tahap *information sharing* para pedagang membuat akun untuk proses penjualan, kemudian untuk menarik para konsumen dilakukan dengan cara memberikan foto produk yang menarik serta memanfaatkan fitur promo yang ada didalam aplikasi tersebut. Selanjutnya pada proses pemesanan produk dan transaksi dilakukan melalui aplikasi *e-commerce*, dalam melakukan transaksi, dana yang diterima penjual seluruhnya langsung masuk ke saldo penjual, baik itu transaksi melalui *e-wallet*, rekening, ataupun COD. Kemudian pada aktivitas purna jual ketika mendapatkan ulasan atau komplain dari pelanggan, para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya bersedia untuk melakukan tanggung jawab atas kesalahannya untuk menjaga loyalitas para pelanggan dan sebagian besar ulasan yang didapatkan oleh ketiga pedagang mendapatkan ulasan yang baik dan rating yang baik. Pada pedagang pertama mendapatkan rating 4.7,

pedagang kedua juga mendapatkan rating 4.7, dan pedagang ketiga mendapatkan rating 4.6 dari penjual. Manfaat dalam menggunakan *e-commerce* tidak hanya dirasakan oleh para pedagang, namun juga dirasakan oleh konsumen, masyarakat, serta *driver online*. Manfaat tersebut diantaranya adalah memberikan solusi bagi para pedagang untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi covid-19 tanpa melanggar protokol kesehatan, usaha para pedagang dapat lebih berkembang, memudahkan dalam melakukan pemasaran, memudahkan dalam melakukan evaluasi, para konsumen dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya dalam melakukan pemesanan, dan bagi masyarakat seperti halnya pada *driver online* terbantu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya karena layanan *ojek online* sepi karena masyarakat masih banyak yang WFH dan pesanan yang ramai adalah layanan pesan makanan *online*.

- b. Peran pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa pandemi covid 19 telah sesuai dengan *mas}lah}ah mursalah*, karena telah memenuhi syarat *mas}lah}ah mursalah* sebagaimana dikemukakan oleh al-Ghazali, as-Syatibi, dan Abdul Wahab K}alla>f yaitu *kemas}lah}atan* tersebut merupakan *kemas}lah}atan* yang hakiki bukan dugaan, sebagaimana dibuktikan bahwa pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh para pedagang di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya pada masa

pandemi covid-19 dapat membantu meningkatkan pendapatan para pedagang yang menurun akibat adanya kebijakan di masa pandemi covid-19 yang mengakibatkan SWK sepi pengunjung, sehingga dengan adanya pendapatan *online* dari penjualan melalui *e-commerce* dapat menambah pendapatan *offline* para pedagang yang menurun di masa pandemi covid-19. Kemudian *kemaslahatan* tersebut telah sejalan sesuai dengan tujuan syara' karena dapat memelihara lima aspek kehidupan manusia yaitu yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan atau kehormatan, dan memelihara harta. Selanjutnya *kemaslahatan* tersebut tidak bertentangan dengan al-Qur'an, hadits, dan ijma' karena pemanfaatan *e-commerce* dilakukan untuk menghindarkan dari suatu *kemudharatan* akibat pandemi covid-19, yang dapat membahayakan diri sendiri dan orang lain. Serta pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di SWK CH pada masa pandemi covid-19 termasuk dalam *maslahah djaruriyah* menurut al-Ghazali dan termasuk *kemaslahatan* tersebut bersifat umum (*maslahah 'ammah*) menurut Abdul Wahab Kalla karena menyangkut kepentingan banyak orang yaitu memudahkan para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, karena pemesanan dan pembayaran dilakukan secara *online* sehingga menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Serta mendorong para pedagang lain untuk mendaftarkan jualannya ke

platform online, selain itu juga dapat membantu para *driver online* untuk mendapatkan penghasilan di masa pandemi covid-19.

6.2. Saran

- a. Bagi para Pelaku UMKM yang telah menggunakan *e-commerce* dalam praktik penjualannya diharapkan untuk lebih meningkatkan kemampuan diri agar dapat terus menggunakan *e-commerce* dalam melakukan penjualan serta terus memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi agar dapat memaksimalkan penjualannya.
- b. Bagi pihak Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya diharapkan untuk terus memberikan dampingan pada para Pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Kota Surabaya pada umumnya dan Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya khususnya agar para pedagang terus *mengupgrade* kemampuan diri dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana mengembangkan usahanya dan meningkatkan ekonomi keluarga.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat membahas pemanfaatan *e-commerce* ataupun *mas}lah}ah mursalah* dengan lebih luas dan mendalam serta memuat data-data sesuai kondisi terbaru.
- d. Bagi masyarakat diharapkan untuk lebih terbuka akan pentingnya memanfaatkan teknologi, salah satunya sebagai peluang untuk membangun usaha karena memiliki peluang untuk mengurangi tingkat pengangguran serta memberikan manfaat bagi banyak orang.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Tim Redaksi Pustaka Setia (ed.); 1st ed.). CV Pustaka Setia.
- Agustina, T. S. (2020). Adopsi Teknologi Jasa Pesan Antar Makanan Online di Kalangan Perempuan Pedagang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19. *Perwira (Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia)*, 3(2), 137–161.
- Aini, S. M. Q. (2016). AL-MASLAHAH AL-MURSALAH DAN PERMASALAHANNYA. *Jurnal Studi Pendidikan Dan Hukum Islam*, 2(1), 66–79.
- Arianty, N. (2017). Analisis Usaha Industri Rumah Tangga dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Prosiding Seminar Hilirisasi Penelitian Untuk Kesejahteraan Masyarakat Lembaga Penelitian Universitas Negeri Medan*, August, 447–454.
- Asnawi, M., & Anggraini, N. (2019). FAKTOR PENGARUH USAHA BIDANG KULINER TERHADAP UMKM DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Al-Amwal*, 8(2), 111–125.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114–123.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), 19–24.
- BPS. (2021). Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya 2020. *Bps*, 04, 1–6.
- Dhinarti, L. F. A. (2019). E-commerce dalam perspektif fiqh muamalat. *Cimae*, 2(3), 162.
- Ernawati, W. (2021). Optimization of Digital-Based MSME E-Commerce: Challenges and Opportunities in the New Normal Era of the Covid-19 Pandemic. *Social Science Journal for Advanced Research*, 1(3), 1–9.
- Fida, I. A. D. S. dkk. (2021). TRANSAKSI E-COMMERCE SEBAGAI PERTAHANAN UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Imtiyaz*, 5(02), 53–64.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.); 1st ed.). Wal Ashri Publishing.
- Indraswari, A., & Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 63–73.
- Ishak, K. (2014). Pemikiran Al-Syatibi Tentang Masalah Mursalah Dan Implementasinya Dalam Pengembangan Ekonomi Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 3(2), 12–26.

- Iswandi, A. (2014). Maslahat Memelihara Harta Dalam Sistem Ekonomi Islam. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 1(1).
- Jafar, W. A. (2015). ELEKTRONIK COMMERCE (JUAL BELI ONLINE) DI TINJAU DARI SISI MASLAHAH. *Al-Intaj*, 1(1), 51–67.
- Jannah, F. M. (2020). Peningkatan Ekonomi Di Tengah Pandemi Dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1–6.
- Karimi, A. N. S. A. S. (2020). Pengaruh Penjualan Dengan Aplikasi E Commerce Dalam Perspektif Islami. *Jurnal Ilmiah Eduscotech*, 1(2), 22–35.
- Khodijah. (2014). Maqashid Syari'ah dan Masalahah Dalam Ekonomi dan Bisnis Syari'ah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 3(1), 659–672.
- Laili, Y. F., & Setiawan, A. H. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Sentra Batik Di Kota Pekalongan. *Diponegoro Journal of Economic*, 9(4), 1–10.
- Lumintang, J. J. B. G. A. J. R. M. L. G. T. (2020). KAJIAN MANFAAT E-COMMERCE PADA PENJUALAN PRODUK USAHA “SNACKING” DI KOTA MANADO. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, 16(3), 413–420.
- Mohamad, N. M. A. T. A. (2021). Aplikasi Kaedah Fiqh “Tiada Mudarat Dan Tidak Boleh Memberi Mudarat” (La Darar Wa La Dirar) Dalam Mendepani Isu Pandemik Covid-19 Di Malaysia. *Malaysian Journal for Islamic Studies*, 5(1), 153–166.
- Muhammad, M. M. (2020). Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum*, 2(1), 76.
- Noviyanti, R. (2019). Analisis Diskursus Ekonomi Kerakyatan dalam Perspektif Maqasid Syariah. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 101–116.
- Prawira, I. A. (2020). E-Commerce Dalam Hukum Bisnis Syariah. *Az Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(2), 35–56.
- Priyandono, T. R., Herijanto, W., & Gde, A. (2021). Analisis Kelayakan Dari Segi Ekonomi dan Finansial Teman Bus dengan Program Buy the Service Rute Terminal. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), 273–280.
- Qorib, A., & Harahap, I. (2016). Penerapan Masalahah Mursalah dalam Ekonomi Islam. *Journal Analytica Islamica*, 5(1), 55–80.
- Sara, K. D. F. (2020). PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 5(2), 66–77.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.

- Sholikhin, M. Y., Nurul, R., & Amijaya, F. (2019). E-Commerce Based on the Law of Buying and Selling in Islam. *KnE Social Sciences*, 2019, 1360–1370.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(3), 200–213.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). ALFABETA.
- Suryana, Y., Bayu, K., & Jatnika, D. (2013). Promotion and Product Marketing Models of Small and Medium Enterprises (SMEs) through E-Commerce. *Advances in Management and Applied Economics*, 3(4), 149–160.
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, H., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J., Chen, L. K., Widhani, A., Wijaya, E., Wicaksana, B., Maksum, M., Annisa, F., Jasirwan, C. O. M., & Yunihastuti, E. (2020). Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45.
- Syamruddin, Putranto, I., Saputra, J., & Rialmi, Z. (2021). A qualitative study of e-commerce growth during Corona virus disease (COVID-19) pandemic in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3208–3216.
- World Health Organization. (2020). *Penggunaan Masker Dalam Konteks COVID-19. Desember*.
- Wulandari, D. N.; B. S. A. H. S. (2017). ETIKA BISNIS E-COMMERCE BERDASARKAN MAQASHID SYARIAH PADA MARKETPLACE BUKALAPAK.COM. *JMM UNRAM (Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram)*, 6(1), 1–13.
- Yazid, H. M. (2017). *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam* (F. A. Kafi (ed.); 1st ed.). IMTIYAZ.

LAMPIRAN

A. Daftar Pertanyaan Wawancara