

**PERAN *MARKETPLACE* DALAM MENINGKATKAN EKONOMI UMAT
(STUDI PADA ALIDIEN *MARKETPLACE* SURABAYA)**

SKRIPSI

Oleh:

Indah Dwi Safitri

NIM: G94216173



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

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Indah Dwi Safitri

NIM : G94216173

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Peran *Marketplace* Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat
(Studi Pada AliDien *Marketplace* Surabaya)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 01 Juli 2020

Saya yang menyatakan,



Indah Dwi Safitri

NIM. G94216173

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Indah Dwi Safitri NIM. G94216173 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 01 Juli 2020 Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'K' followed by a horizontal line and a small dot.

Drs. H. Nur Kholis, M.Ed. Admin., Ph.D

NIP. 196703111992031003

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Indah Dwi Safitri NIM. G94216173 ini telah dipertanggung jawabkan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, 13 Juli 2020 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I



Drs. H. Nur Kholis, M.Ed. Admin., Ph.D.

NIP. 196703111992031003

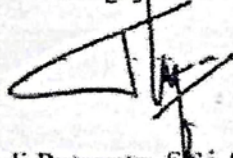
Penguji II



Nita Yalina M.MT.

NIP. 198702082014032003

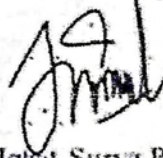
Penguji III



Hanafi Adi Putrarito, S.Si, SE, M.Si.

NIP. 198209052015031002

Penguji IV



Muhammad Iqbal Surya Pratikto, S.Pd., M.SEL

NIP. 199103162019031013

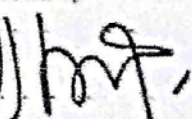
Surabaya, 13 Juli 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Ali Arifin, M.M.

NIP. 196212141993031002



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 : INDAH DWI SAFITRI
NIM : G94216173
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : indahdwisafitri22@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 :

PERAN *MARKETPLACE* DALAM MENINGKATKAN EKONOMI UMAT

(STUDI PADA ALIDIEN *MARKETPLACE* 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, 21 Agustus 2020

Penulis

(Indah Dwi Safitri)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Peran *Marketplace* Dalam meningkatkan Ekonomi Umat (Studi Pada AliDien *Marketplace* Surabaya)” ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan (1) Bagaimana peran AliDien *marketplace* dalam meningkatkan perekonomian pengguna Muslim? dan (2) Bagaimana dampak penggunaan AliDien *marketplace* terhadap perekonomian pengguna Muslim?. Selain itu dibahas juga tentang kesejahteraan materi dan non-materi pengguna AliDien.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif menggunakan metode campuran atau *mixed methods* dengan jenis penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, kuesioner dan dokumentasi sesuai kebutuhan peneliti. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah AliDien *Marketplace* memiliki dua peran, pertama untuk mengedukasi masyarakat luas khususnya bagi Muslim dan para penjual di AliDien tentang pentingnya dan manfaat produk dan jasa yang halal. Selain itu AliDien juga melakukan edukasi *product scale-up* bagi penjual AliDien. Kedua adalah peran ekonomi, AliDien sebagai salah satu *platform e-commerce* berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Di samping itu peran AliDien terhadap ekonomi umat yaitu membantu promosi dan pemasaran, penjualan dan distribusi, penyebaran informasi kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan transaksi.

Terkait kesejahteraan, dampak penggunaan AliDien *marketplace* membawa perubahan terhadap peningkatan ekonomi (kesejahteraan materi) penjual Muslim namun belum terlalu besar. Akan tetapi memberi pengaruh cukup besar terhadap kesejahteraan non materi (spiritual) penjual Muslim. Mayoritas penjual Muslim merasa lebih merasa tentram atau tenang jika berjualan di AliDien halal *marketplace*. Selain itu mereka juga merasa ukhuwwah (persaudaraan) di antara umat Islam menjadi lebih kuat. Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan AliDien *marketplace* bisa meningkatkan peran ekonominya, memaksimalkan kegiatan promosi atau pemasaran sehingga dapat turut berkontribusi meningkatkan perekonomian negara dan membawa peningkatan ekonomi (kesejahteraan materi) dan kesejahteraan non-materi bagi umat khususnya penjual Muslim AliDien.

Kata Kunci: Halal *Marketplace*, Peningkatan Perekonomian, Kesejahteraan.

DAFTAR ISI

Halaman	
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Penelitian Terdahulu	6
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Hasil Penelitian.....	11
G. Definisi Operasional.....	12
H. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Teori Peran	16
B. <i>Marketplace</i>	16
C. Peningkatan Ekonomi dan Kesejahteraan	20
1. Pertumbuhan Ekonomi.....	20
2. Peningkatan Perekonomian Masyarakat	26
3. Kesejahteraan Masyarakat	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Sumber Data	43
C. Populasi dan Sampel	43

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 : Gambaran Umum Responden	60
Tabel 4. 2 : Jawaban Responden Tentang Pendapatan	62
Tabel 4. 3 : Perubahan Pendapatan Penjual	62
Tabel 4. 4 : Jawaban Responden Tentang Penjualan	63
Tabel 4. 5 : Jawaban Responden Tentang Omset	67
Tabel 4. 6 : Jawaban Responden Tentang Perkembangan Usaha	68
Tabel 4. 7 : Jawaban Responden Tentang Zakat	69
Tabel 4. 8 : Jawaban Responden Tentang Pemenuhan Kebutuhan Hidup	70
Tabel 4. 9 : Jawaban Responden Tentang Pangan	70
Tabel 4. 10 : Jawaban Responden Tentang Kesehatan	71
Tabel 4. 11 : Jawaban Responden Tentang Pengeluaran	72
Tabel 4. 12 : Jawaban Responden Tentang Menabung	73
Tabel 4. 13 : Jawaban Responden Tentang Rasa Aman	73
Tabel 4. 14 : Jawaban Responden Tentang Ukhuwwah Islamiah	74

dalam jumlah pengguna internet yaitu sebanyak 143,26 juta jiwa per Maret 2019.³

Jumlah populasi dan pengguna internet yang cukup besar menjadi potensi dalam mendorong pertumbuhan *e-commerce* Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut tren transaksi *e-commerce* juga semakin meningkat. *Marketplace* menjadi *platform* paling sering kedua yang digunakan untuk transaksi *ecommerce* setelah media sosial.⁴ Dalam satu dekade terakhir banyak lahir perusahaan rintisan *marketplace* yang turut meramaikan iklim bisnis *e-commerce* di Indonesia. *Marketplace* sebagai sarana bisnis virtual memiliki peluang yang besar bagi pelaku usaha atau bisnis. Dengan berbagai kemudahan yang disediakan oleh *marketplace* dan penggunaan *marketplace* secara efektif tentu sangat membantu para pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk sampai jangkauan yang luas.

Kapitalisme dan pasar bebas merupakan masalah yang harus dihadapi dan diselesaikan Indonesia. Pasalnya keadaan yang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin terperosok sangat diperlukan solusinya. Ekonomi syariah yang berkembang pesat di Indonesia seharusnya hadir sebagai cara memperbaiki ekonomi umat dengan spirit Islami yaitu memperjuangkan keadilan. Usulan model jaringan ekonomi syariah berbasis komunitas merupakan salah satu

³ “Jumlah Penduduk Muslim Indonesia,” last modified December 2019, accessed December 2, 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/24/berapa-jumlah-penduduk-muslimindonesia>.

⁴ “Platform Paling Banyak Digunakan Saat Transaksi E-Commerce,” last modified December 2019, accessed December 2, 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/media-sosialplatform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce>.

Agama Islam adalah agama yang memiliki aturan dalam segala aspek kehidupan manusia termasuk masalah ekonomi. Perekonomian merupakan permasalahan yang kompleks bagi sebuah negara dan harus mendapat penanganan yang tepat agar dapat segera teratasi.⁶ Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk yang besar dengan mayoritas adalah umat Islam tentu tidak terhindar dari masalah tersebut. Permasalahan tersebut sejatinya dapat dipecahkan oleh umat Islam itu sendiri, diantaranya dengan menanamkan sifat wirausaha bagi setiap individu umat, membangun kemitraan atau jejaring yang kuat dalam berbagai pihak terutama sesama Muslim, membuat kebijakan-kebijakan yang mendorong ekonomi umat, dan menerapkan transaksi dan ekonomi sesuai syariat Islam.⁷ Sehubungan dengan itu, umat Islam Indonesia memiliki potensi *social capital* yang sangat besar. Jika semua organisasi Islam seperti NU, Muhammadiyah, Hidayatullah dan lain sebagainya menggerakkan ekonomi dengan mempunyai sentra produksi sendiri untuk memenuhi kebutuhan dasar sandang, pangan, dan papan anggotanya sendiri wajah ekonomi umat akan menjadi kuat dan mandiri.⁸ Salah satunya adalah melalui bisnis *online*.

⁸ Wardah Alkatiri, "Jaringan Ekonomi Syariah Berbasis Komunitas Islam: Solusi Memperbaiki Ekonomi Umat" Vol. 2, No. 1 (2017).

Seiring dengan meningkatnya tren belanja *online* sangat memungkinkan dan berpeluang besar untuk para pelaku usaha/*seller* menjadi pemain dalam *marketplace*. AliDien *marketplace* adalah salah satu *platform marketplace* Indonesia yang lahir dari organisasi dan berkantor di Surabaya. Hadir dengan konsep halal, aman dan mudah yang dapat diakses di seluruh Indonesia. AliDien *marketplace* bisa menjadi salah satu sarana dalam mendukung dan mengembangkan kegiatan perekonomian pelaku usaha di era saat ini, terutama mereka masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Kehadiran pasar *online marketplace* tentu membawa dampak terhadap kegiatan penjualan produk dan pendapatan *seller*-nya. Dengan demikian peneliti tertarik mengkaji peran AliDien *Marketplace* dalam meningkatkan ekonomi pelaku usaha Muslim, dengan judul: “Peran *Marketplace* Dalam Meningkatkan Ekomomi Umat (Studi Pada AliDien *Marketplace* Surabaya).”

- b. Bagaimana peran AliDien *marketplace* dalam meningkatkan perekonomian umat.
- c. Dampak penggunaan AliDien *marketplace* terhadap ekonomi umat.

Batasan masalah adalah fokus ruang lingkup masalah yang akan di bahas. Agar penelitian yang disajikan lebih fokus dan terarah pada tujuan penelitian, tidak menimbulkan luasnya pembahasan. Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan pada:

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran AliDien *marketplace* dalam meningkatkan perekonomian pengguna Muslim?
2. Bagaimana dampak penggunaan AliDien *marketplace* terhadap perekonomian pengguna Muslim?

D. Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian terdahulu yang telah dilakukan berkaitan dengan tema penelitian ini. Berikut ini dipaparkan beberapa penelitian yang relevan:

1. Penelitian oleh Nur Wahyu Rahadi, dkk., dalam jurnal dengan judul “*Marketplace* Sebagai Media Pemasaran Produk UKM di Kecamatan Maos Guna Tingkatkan Perekonomian Masyarakat”.⁹ Penelitian ini menjelaskan bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan di Kecamatan Maos, masih perorangan dan terbilang tradisional dengan melalui sarana pasar langsung atau tradisional. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu penyebab tidak maksimalnya pendapatan masyarakat serta tidak meratanya tingkat perekonomian masyarakat. Kecamatan Maos dipilih sebagai mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, karena Maos memiliki potensi cukup besar untuk meningkatkan pendapatan daerah. Dengan menggunakan sistem *marketplace* maka dapat memperluas jangkauan promosi dengan biaya yang kecil.
2. Penelitian oleh Nurmaya, dkk. dengan judul “IBM Pelatihan *Decoupage* dan *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Ekonomi Ibu Rumah Tangga.”¹⁰ Penelitian ini menjelaskan bahwa kegiatan pelatihan IPTEKS bagi masyarakat (IBM) meliputi kegiatan pelatihan kerajinan seni *decoupage* dan edukasi tentang *E-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para

⁹ Nur Wahyu Rahadi et al., “Marketplace Sebagai Media Pemasaran Produk Ukm Di Kecamatan Maos Guna Tingkatkan Perekonomian Masyarakat,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA* Vol. 4, No. 1 (Juni 2019), 6.

¹⁰ Nurmaya, Indah Kurnianingsih, and Nova Eka Diana, "IBM Pelatihan Decoupage Dan ECommerce Untuk Meningkatkan Ekonomi Ibu Rumah Tangga," *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)* (2017), 165.

Penelitian oleh Sunarti, Susan Rachmawati, dkk dengan judul “Peningkatan Pendapatan UKM Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi *Web Marketplace E-Commerce*”.¹¹ Penelitian ini menjelaskan bahwa ada 50 UKM lebih yang memasarkan produknya pada Hacord Gallery. Tersedia berbagai macam jenis produk seperti *fashion*, kerajinan, *souvenir* makanan, minuman dll. namun pemasaran dan penjualannya masih secara *offline*. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, para relawan dan pemerintah melakukan upaya dalam pengembangan pemasaran pada Hacord Gallery dengan cara: (1.) Mengedukasi dan membangun *website marketplace e-commerce*, (2) *Monitoring* terhadap pelaku usaha dalam penggunaan *marketplace*. (3) Evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa hasil penggunaan *marketplace* sebagai sarana pemasaran yaitu dapat menaikkan keuntungan usaha 30%.

Keberadaan *marketplace* sangat membantu pelaku usaha kecil di enam kabupaten yang ada di Jawa Timur: Sidoarjo, Mojokerto, Lumajang, Malang, Tuban dan Pasuruan. *Marketplace* memiliki hubungan nyata terhadap upaya pencapaian target pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk mereka melalui empat *marketplace* yaitu Bukalapak, Tokopedia, Shopee, dan BliBli. Dapat disimpulkan bahwa ini merupakan peluang yang baik bagi pelaku usaha kecil meraih jumlah konsumen menggunakan media *online*.

7. Penelitian oleh Wardah Alkatiri dengan Judul “Jaringan Ekonomi Syariah Berbasis Komunitas Islam: Solusi Memperbaiki Ekonomi Umat”.¹⁵

¹⁵ Wardah Alkatiri, “Jaringan Ekonomi Syariah Berbasis Komunitas Islam: Solusi Memperbaiki Ekonomi Umat” Vol. 2, No. 1 (2017).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang *marketplace*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian, objek yang diteliti dan fokus pembahasan. Dalam penelitian ini *marketplace* yang dibahas adalah AliDien *marketplcae* yang memiliki konsep halal. Selain itu penelitian ini akan membahas dampak AliDien *marketplcae* terhadap ekonomi pengguna yang seorang Muslim.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan peran AliDien *marketplace* dalam meningkatkan perekonomian pengguna Muslim.
2. Untuk menggambarkan dampak penggunaan AliDien *marketplace* terhadap ekonomi pengguna Muslim.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk mengembangkan penelitian mengenai topik-topik yang berkaitan.
- b. Sebagai bahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan para akademisi dan peneliti dan memberikan sumbangsih pengetahuan di bidang *e-commerce* khususnya yang berkaitan *marketplace* dengan ekonomi umat.
- c. Dapat menambah khazanah literatur dalam studi ekonomi syariah di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana mempraktikkan teori-teori yang telah didapat juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu.
- b. Bagi masyarakat, diharapkan masyarakat pada umumnya dan *seller marketplace* dapat mengerti peran *marketplace* dalam meningkatkan ekonomi umat.
- c. Bagi AliDien *marketplace*, diharapkan dapat menjadi masukan untuk AliDien *marketplace* dalam upaya meningkatkan ekonomi umat.

penjual dan pembeli di tiga kota yaitu: Surabaya, Sidoarjo

2. Peningkatan Ekonomi Umat

Berbicara mengenai umat maka batasannya adalah penganut (pemeluk dan pengikut). Ekonomi umat yaitu ekonomi para penganut agama Islam. Berdasarkan judul penelitian *Marketplace* Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat (Studi Kasus *Marketplace* Surabaya), yang dimaksud dengan peningkatan ekonomi umat oleh peneliti adalah utamanya dilihat dari standar pelaku bisnis yang menjadi mitra AliDien *marketplace* dan pasca bergabung dengan AliDien *marketplace*.

Selain tingkat pendapatan, peningkatan ekonomi

2. Peningkatan Ekonomi Umat

Berbicara mengenai umat maka batasannya adalah penganut (pemeluk dan pengikut). Ekonomi umat yaitu ekonomi para penganut agama Islam. Berdasarkan judul penelitian *Marketplace Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat (Studi Kasus Marketplace Surabaya)*, yang dimaksud dengan meningkatkan ekonomi umat oleh peneliti adalah utamanya dilihat dari standar pelaku bisnis yang menjadi mitra AliDien *marketplace* dan pasca bergabung dengan AliDien *marketplace*.

Selain tingkat pendapatan, peningkatan ekonomi

Marketplace Surabaya), yang dimaksud dengan meningkatnya pendapatan oleh peneliti adalah utamanya dilihat dari standar hidup pelaku bisnis yang menjadi mitra *AliDien marketplace* dan pascanya bergabung dengan *AliDien marketplace*.

Selain tingkat pendapatan, peningkatan ekonomi

Selain tingkat pendapatan, peningkatan ekonomi dibahas operasionalisasi ekonomi umat itu sendiri. Dalam (1) hubungan saling menguntungkan antar umat Islam, kegiatan ekonomi baru guna menjadi kekuatan ekonomi mana umat Islam tidak hanya menjadi konsumen namun pengelola dan pemilik kegiatan ekonomi. Dengan demikian

¹⁸ Aplikasi AliDien *Marketplace* diakses pada 20 April 2020.

ekonomi umat tidak sebatas membangun ekonomi namun juga memperkuat ukhuwwah (persaudaraan) di antara umat Islam.¹⁹

H. Sistematika Pembahasan

Laporan penelitian ini akan dipaparkan dalam lima bab, di mana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab bahasan. Untuk mempermudah dalam penyusunan, maka peneliti akan menjelaskan format penulisan laporan penelitian sebagai berikut:

BAB I adalah bab pendahuluan, berisi hal-hal penting yang menjadi pedoman awal tujuan penelitian berjalan, bab ini adalah pendahuluan yang memuat: latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

BAB II adalah bab kajian literatur, memuat teori-teori yang menjadi landasan dan mendukung tema dalam penelitian, antara lain mengenai teori peran, konstelasi *marketplace*, dan teori peningkatan ekonomi dan kesejahteraan.

BAB III adalah bab metode penelitian. Dalam bab ini diuraikan mengenai metode penelitian yaitu jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV adalah bab hasil dan pembahasan. Bab ini memuat analisis terhadap data penelitian yang telah dideskripsikan guna menjawab masalah

¹⁹ A. Qodri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat: Meneropong Porspek Berkembangnya Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004).

dan saran peneliti berdasarkan hasil penelitian.

KAJIAN PUSTAKA

A. Teori Peran

Biddle dan Thomas menyetarakan peran dengan pembawaan “lakon” oleh seorang pelaku dalam sebuah panggung, di mana seorang pelaku mengikuti sebuah skenario. Dalam kehidupan nyata membawa peran sama halnya dengan menduduki suatu posisi dalam masyarakat.²⁰ Artinya seseorang juga harus patuh pada skenario yang ada, berupa: norma yakni ketentuan yang mengikat dalam kelompok masyarakat. Kemudian tuntutan dan kaidah-kaidah, aturan yang sudah pasti.

Konsep peran sering kali dikaitkan dengan istilah posisi. Pada dasarnya posisi merupakan bagian dari struktur sosial, yang mana adanya hubungan antar individu dalam kehidupan masyarakat. Posisi sendiri dapat dilihat dari kategori *person* melalui atribut seperti umur, jenis kelamin, atau perilaku.²¹ Kategorisasi perilaku dapat dilihat dari pemimpin dan atau yang lainnya. Dengan demikian peran adalah seperangkat patokan yang membatasi perilaku apa yang semestinya dilakukan oleh seseorang yang memiliki posisi.

B. Marketplace

Pada dasarnya *marketplace* adalah sebuah pasar. Pasar merupakan tempat terjadinya aktivitas ekonomi, menjual dan membeli yang mana adanya permintaan dan penawaran. Pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin menunjukkan bahwa pasar memegang peranan penting dalam perekonomian

²⁰ Edy Suhardono, *Teori Peran Konsep, Deviasi Dan Implikasinya* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994), 7. ²¹ Ibid., 14.

Pasar menjadi tempat yang strategis bagi komunitas dan *stakeholder* untuk bisa berjualan dan melakukan pembelian di antara mereka, seperti halnya yang dilakukan oleh Rasulullah saat sampai di Madinah. Ada dua hal yang dilakukan oleh Rasulullah pada awal hijrahnya yaitu: 1) Membangun persaudaraan antara kaum Muhajirin dan kaum Anshor dan menciptakan perdamaian antara dua kabilah Anshor yaitu Suku Aus dan Kharaj yang sebelumnya 40 tahun berperang; 2) Membuka pasar untuk membangun kekuatan ekonomi. Hal itu menunjukkan bahwa pasar menjadi tempat dan harapan bagi masyarakat Muslim pada waktu itu bahkan sampai sekarang bagi masyarakat umum.

Marketplace merupakan bagian dari *e-commerce*. *Marketplace* adalah sebuah pasar elektronik tempat terjadinya kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa. Pada dasarnya *marketplace* tidak memiliki produk apa pun, *marketplace* menyajikan produk orang lain dan tidak bertanggung jawab atas produk yang jual.²² Namun di samping itu *marketplace* tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga menjembatani transaksi *online* antara penjual dan pembeli.²³ *Marketplace* mulai populer

²³ Mahir Pradana, "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Neo-bis* Vol. 9, No. 2 (Desember 2015), 36.

Pada dasarnya *marketplace* sama dengan pasar tradisional yaitu tempat mempertemukan penjual dan pembeli dan sebagai fasilitas terjadinya transaksi. Perbedaannya terletak pada sistemnya, yaitu *online*. Dengan demikian konsumen dapat pergi ke “pasar” kapan saja dan di mana saja selama ada akses untuk internet. Sehingga penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka saat melakukan persetujuan jual beli. Dengan demikian dapat peneliti simpulkan *marketplace* adalah pihak ketiga yakni tempat yang memfasilitasi kegiatan menjual dan membeli suatu barang atau jasa, dilakukan secara elektronik, sehingga memberikan kemudahan dalam kegiatan menjual dan membeli menjadi lebih cepat dan efisien.

Secara garis besar ada tiga jenis *marketplace*:²⁵

- Vertikal *marketplace*, merupakan jenis *marketplace* yang hanya menjual satu jenis produk yang berasal dari berbagai sumber.
- Horizontal *marketplace* adalah jenis *marketplace* yang menjual berbagai jenis produk dari berbagai sumber, dengan semua produk yang dijual masih saling memiliki keterkaitan satu sama lainnya.
- Marketplace* global, serupa dengan *marketplace* horizontal, yaitu jenis *marketplace* yang menjual berbagai jenis produk dari berbagai sumber.

²⁵ Pahlevi, “Jenis-Jenis Marketplace,” *Pengertian Marketplace Dan Jenis-Jenis Marketplace*, accessed April 14, 2020, <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>.

Namun semua jenis produk di *marketplace* global dapat tidak saling berkaitan sama sekali.

3. Halal Marketplace

Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas Muslim terbesar terbanyak di dunia. Tren penggunaan *e-commerce* di Indonesia terus tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhannya diprediksi akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan.²⁶ Dengan maraknya perkembangan industri *e-commerce* dan tren gaya hidup halal diperlukan *marketplace* yang mengkhususkan pada produk halal untuk mengakomodasi kebutuhan umat Muslim di Indonesia. Halal menurut Yusuf Al-Qordowi adalah suatu perkara yang diperbolehkan. Sesuatu yang diharamkan adalah segala sesuatu yang menyehatkan dan menyejahterakan.²⁷ Artinya halal adalah segala sesuatu yang diizinkan dan membawa sebuah kebaikan bagi manusia.

Dalam upaya pengembangan ekonomi dan keuangan syariah serta industri halal di Indonesia pemerintah melalui Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) membangun ekosistem *e-commerce* penjualan produk halal melalui *platform digital marketplace* dan mendorong hadirnya halal *marketplace*.²⁸ Selain untuk mengakomodasi dan mempermudah dalam

²⁶ Dwi Hadya Jayani, "Tren Pengguna E-Commerce," *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*, accessed April 15, 2020, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-ecommerce-2017-2023>.

²⁷ M Luthfi Abdurrahman Maarif, "Tujuan Halal Dan Haram," *Tujuan Halal Dan Haram Dalam Agama Islam*, accessed April 16, 2020, <https://www.kompasiana.com/amp/mluthfiam/5c742a9f6ddcae15591de225/tujuan-halal-danharam-dalam-agama-islam>.

²⁸ Khairana Izzati, “KNKS Mendorong Pertumbuhan Produk Halal,” *KNKS Mendorong Pertumbuhan Produk Halal*, accessed April 15, 2020, <https://knks.go.id/beranda>.

4. Peran Ekonomi *Marketplace*

Melalui *marketplace* pelaku usaha memiliki kesempatan untuk dapat menjangkau calon konsumen lebih luas. Selain itu mereka juga tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk promosi, terlebih lagi tidak perlu membuat atau memiliki toko sebagai tempat berjualan. Sehingga bagi pelaku usaha dengan modal yang kecil atau tidak memiliki toko pun akan sangat terbantu. Dengan begitu mereka akan tetap mampu berjualan.

1. Pertumbuhan Ekonomi

[illegible]

Pertumbuhan ekonomi erat kaitannya dengan pembangunan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi memperlancar proses pembangunan ekonomi dan sebaliknya, pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi. Pembangunan ekonomi adalah proses usaha yang menyebabkan kenaikan pendapatan per kapita penduduk dalam jangka panjang secara terus menerus dan terjadi perbaikan sistem kelembagaan di segala bidang, diantaranya di bidang ekonomi, politik, hukum, sosial, dan budaya.³⁰ Dengan kata lain pembangunan ekonomi merupakan usaha yang harus dilakukan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita penduduknya.³¹ Dengan demikian peran serta masyarakat, pemerintah dan berbagai elemen yang ada dalam suatu negara untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan sangat dibutuhkan.

²⁹ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 9.

³⁰ Ibid, 16.

³¹ Lincolin Arsyad, *Ekonomi Pembangunan* (Yogyakarta: STIE YKPM, 1999), 12.

Apabila dalam perekonomian sudah berlaku keadaan di mana pertumbuhan penduduk lebih cepat dari pertumbuhan modal, penambahan tenaga kerja tidak dapat menaikkan produksi nasional yang tingkatnya adalah lebih cepat dari tingkat pertumbuhan penduduk, pendapatan per kapita akan menurun. Dengan demikian penduduk yang berlebihan akan menyebabkan kemakmuran masyarakat menurun.

3) Barang-barang modal dan tingkat teknologi

Barang-barang modal dan teknologi yang bertambah modal memegang peranan yang penting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Kemajuan teknologi menimbulkan beberapa efek dalam pertumbuhan ekonomi, diantaranya:

3) Barang-barang modal dan tingkat teknologi

Barang-barang modal dan teknologi yang bertambah modern ini memegang peranan yang penting dalam mewujudkan kemajuan ekonomi. Kemajuan teknologi menimbulkan beberapa efek positif dalam pertumbuhan ekonomi, diantaranya:

- [illegible]

4) Sistem sosial dan sikap masyarakat

Adat istiadat tradisional dapat menghambat masyarakat untuk menggunakan cara memproduksi modern dan produktivitas yang tinggi. Oleh karenanya pertumbuhan ekonomi tidak dapat dipercepat. Sikap masyarakat juga dapat menentukan sampai di mana pertumbuhan ekonomi dapat dicapai. Adapun sikap masyarakat yang dapat memberikan dorongan besar pada pertumbuhan ekonomi diantaranya sikap berhemat, sikap menghargai kerja keras, dan sikap selalu berusaha untuk menambah pendapatan dan keuntungan.

c. Strategi meningkatkan pertumbuhan ekonomi

Secara makro, untuk meningkatkan ekonomi berupa pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan beberapa strategi diantaranya:³⁴

1) Meningkatkan investasi

Dalam kegiatan ekonomi kegiatan produksi sangat penting, sehingga diperlukan investasi. Dengan meningkatnya kegiatan investasi, sektor produksi akan lebih meningkat sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang disebabkan meningkatnya pendapatan masyarakat yang bekerja. Investasi dapat berupa menyediakan bahan dasar kebutuhan masyarakat seperti sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan. Selain itu juga dalam bentuk infrastruktur perdagangan baik domestik ataupun

³⁴ Ridha Yola Sastri, Hasdi Aimon, and Efrizal Syofyan, “Ananlisis Serta Perencanaan Pertumbuhan Ekonomi Dan Investasi Di Sumatra Barat,” *Jurnal Kajian Ekonomi* 2, no. 3 (July 2013): 22.

2. Peningkatan Perekonomian Masyarakat

Peningkatan adalah suatu cara yang dilakukan guna mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik. ³⁵ Peningkatan perekonomian masyarakat adalah cara atau usaha yang dilakukan masyarakat dalam mengatur ekonomi untuk menjadi lebih baik dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup. Masyarakat sendiri adalah sejumlah manusia yang terdiri dari kelompok, keluarga ataupun individu. Untuk memenuhi kebutuhan hidup maka dibutuhkan pendapatan.

Pada dasarnya tujuan orang bekerja adalah untuk menghasilkan pendapatan dan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pendapatan adalah balas jasa bekerja yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu. Sumber pendapatan dapat dilihat dari: pertama, pendapatan berasal dari sektor formal berupa gaji yang diperoleh secara tetap. Kedua, pendapatan berasal dari sektor nonformal yaitu pendapatan tukang buruh atau pedagang, dan ketiga pendapatan berasal dari sektor sub sistem yaitu tanaman, ternak, dan pemberian orang lain.

a. Faktor-faktor peningkatan perekonomian masyarakat

Faktor yang mempengaruhi perekonomian dalam hal ini pendapatan diantaranya: tingkat pendidikan, pengalaman, modal kerja, jam kerja, kredit, jenis barang dagangan dan lainnya.³⁶ Faktor lain yang

³⁵ Ismail Humaidi, skripsi peningkatan perekonomian masyarakat melalui industri kecil: studi terhadap masyarakat di di sentra industri kecil di desa Tutul kecamatan balung kabupaten jember jawa timur. 1.

³⁶ Pitmapertiwi, Skripsi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhipendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta, (2015) 23.

b. Strategi meningkatkan perekonomian masyarakat

1) Strategi kemitraan merupakan strategi dalam menjalin hubungan atau kerja sama antar sesama pengusaha yang sebidang. Adanya perkumpulan atau kelompok usaha ini akan membantu memecahkan masalah yang dihadapi pengusaha.

3) Strategi pemasaran, dengan pemasaran akan menjangkau respon pengunjung yang banyak dan meningkatkan pendapatan. Pemasaran

[illegible]

3. Kesejahteraan Masyarakat

Konsep kesejahteraan merupakan sebuah kondisi masyarakat yang semakin baik. Kesejahteraan adalah suatu kondisi di mana seseorang terbebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan atau kekhawatiran sehingga hidupnya menjadi aman dan tenteram secara lahiriah maupun batiniah.³⁸ Menurut Fahrudin tujuan dalam pembangunan mencakup ketentraman material dan spiritual.³⁹ Hal ini menunjukkan bahwa kesejahteraan bukan hanya fokus pada material melainkan juga pada aspek spiritual. Selain itu kesejahteraan oleh sebagian masyarakat sering dikaitkan dengan kualitas hidup, meliputi kondisi kehidupan yang baik.

Kesejahteraan oleh para ahli ekonomi sering diindikasikan dari pendapatan individu (*flow of income*) dan daya beli (*purchasing of*

⁴⁰ Undang-Undang nomor 13 tahun 1998.

Terdapat beberapa indikator kesejahteraan hidup masyarakat, diantaranya adalah (1) Adanya kenaikan penghasilan secara kuantitatif; (2) Adanya kesehatan keluarga yang lebih baik, dan (3) Adanya investasi ekonomis berupa tabungan (Imron 2012).⁴²

- (1) Menjalankan ibadah
- (2) Pangan adalah makanan sehari-hari yang sangat penting untuk kesehatan jasmani dan rohani. Ditinjau dari pangan, pada umumnya makan minimal dua kali sehari dan dalam seminggu sekali paling tidak menyediakan lauk makan seperti daging, ikan, dan telur.
- (3) Sandang adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dan merupakan kelengkapan hidup manusia. Ditinjau dari sandang, keluarga sejahtera adalah mampu memenuhi sandang dengan baik dengan memiliki pakaian lebih dari satu pasang atau memiliki pakaian yang berbeda saat di rumah, bekerja, dan bepergian.

⁴² Difa Octafianus Surbakti, Skripsi, *Analisis Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Desa Surbakti Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo* (2019), 10-11.

(5) Kesehatan adalah syarat kebahagiaan hidup. Ditinjau dari kesehatan, sejahtera adalah mampu memenuhi kebutuhan kesehatan dan jika sakit dibawa ke sarana kesehatan.⁴³

Ekonomi konvensional membuat indikator kesejahteraan berdasarkan beberapa sudut pandang yang berbeda, diantaranya adalah:⁴⁵

[illegible]

(2) Menurut Miles (1985), indikator yang digunakan dalam suatu kesejahteraan ada empat, meliputi: (a) Rasa aman; (b) Kebebasan; (c) Kesejahteraan; dan (d) Jati diri.

Dalam Islam, kesejahteraan tidak hanya diukur terpenuhinya materi saja tetapi juga terpenuhinya kebutuhan spiritual. Sumber kesejahteraan adalah terpeliharanya:⁴⁷

(2) Jiwa (*An-nafs*). Perwujudan pemeliharaan jiwa adalah dengan terpenuhinya kebutuhan sandang, pangan, tempat tinggal, kesehatan, serta fasilitas umum lainnya (Ryandono 2010:30).

⁴⁷ Ibid.

Kemudian kebutuhan spiritual dihubungkan dengan keamanan ketentraman hidup.⁴⁸

Kesejahteraan masyarakat memiliki aspek yang sangat kompleks oleh sebab itu tidak mungkin menyajikan data yang mampu mencakup semua aspek kesejahteraan. Tingkat kesejahteraan pada penelitian ini diukur dengan pendekatan pengamatan terhadap aspek materi dan materi (spiritual). Aspek materi meliputi: pendapatan, penjualan, perkembangan usaha, ZIS, pemenuhan kebutuhan hidup, kesehatan, konsumsi (pengeluaran), dan investasi (menabung). Pada penelitian ini, pendapatan berkaitan dengan sumber memperoleh penghasilan yakni dari penjualan. Penjualan secara tidak langsung berkaitan dengan

semua aspek kesejahteraan. Tingkat kesejahteraan pada penelitian ini diukur dengan pendekatan pengamatan terhadap aspek materi dan non materi (spiritual). Aspek materi meliputi: pendapatan, penjualan, perkembangan usaha, ZIS, pemenuhan kebutuhan hidup, kesehatan, konsumsi (pengeluaran), dan investasi (menabung). Pada penelitian ini, pendapatan berkaitan dengan sumber memperoleh penghasilan yakni dari penjualan. Penjualan secara tidak langsung berkaitan dengan

Sedangkan aspek non materi digambarkan melalui: (1) Rasa kasih sesama diwujudkan dalam bentuk ukhuwwah Islamiah dan Terpenuhinya kebutuhan fisik dari rezeki yang halal dan baik sehingga mendatangkan rasa aman.

⁴⁸ Difa Octafianus Surbakti, Skripsi, *Analisis Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Desa Surbakti Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo* (2019), 8.

b. Kesejahteraan menurut Al-Qur'an

Ajaran Islam menjelaskan bahwa tujuan dasar Islam adalah terwujudnya kesejahteraan baik di dunia maupun di akhirat. Kesejahteraan akan diberikan kepada manusia jika melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Adapun kesejahteraan dijelaskan dalam Al-Qur'an:

1) Qs. Al-nahl: 97

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

"Barang siapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan." (QS. An-Nahl 16: ayat 97).⁴⁹

Kesejahteraan adalah janji Allah SWT yang diberikan kepada laki-laki atau perempuan yang beriman kepada-Nya. Allah SWT akan membalas amal perbuatan baik seseorang yang bersabar dengan pahala yang lebih baik dari amalnya. Kehidupan yang baik adalah kehidupan yang bahagia, nyaman, puas dengan rezeki halal, yang mencakup seluruh ketenangan apapun dan bagaimanapun bentuknya.

⁴⁹ Kemenag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta: Kemenag RI, 2014).

kepada Allah SWT.

c. Jenis-jenis Kesejahteraan

1) Kesejahteraan material

Kesejahteraan material adalah kesejahteraan yang berkaitan dengan benda, termasuk ekonomi. Kesejahteraan ekonomi adalah ilmu ekonomi yang menggunakan teknik ekonomi untuk menentukan efisiensi dari ekonomi makro dan mikro, serta pendapatan yang saling berhubungan.⁵² Dalam upaya pemerataan perekonomian masyarakat dapat diwujudkan dengan akses masyarakat pada sumber daya pembangunan yang merata, peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan sehingga masyarakat bisa mengatasi

1) Kesejahteraan material

Dalam praktiknya, kesejahteraan atau kemakmuran dapat dicapai melalui kegiatan ekonomi.⁵⁴ Kegiatan ekonomi dapat dengan cara berwirausaha atau mendirikan industri kecil. Kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang tidak bisa terlepas dari pasar. Pada dasarnya kegiatan ekonomi (menjual dan membeli) merupakan suatu hubungan

54. Almazan, "Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam" 1, no. 1 (June 2016): 176.

dan seiring perkembangan zaman, selain pasar tradisional s
banyak ditemui pasar *online*. Hal ini menjadikan keadaan
menjadi begitu kompetitif. Sehingga pelaku usaha harus
berusaha lebih ekstra untuk dapat menuju peningkatan ekon
kesejahteraan lebih baik.

2) Kesejahteraan spiritual

Ekonomi Islam memandang bahwa kesejahteraan tidak
permasalahan distribusi ekonomi secara materi melainkan
menyangkut non materi (psikis). Konsep kesejahteraan ini
bahwa kesejahteraan harus dipandang sebagai perwujudan p
Tuhan kepada hamba-Nya, upaya umat manusia untuk b

Ekonomi Islam memandang bahwa kesejahteraan tidak hanya permasalahan distribusi ekonomi secara materi melainkan juga menyangkut non materi (psikis). Konsep kesejahteraan ini adalah bahwa kesejahteraan harus dipandang sebagai perwujudan perintah Tuhan kepada hamba-Nya, upaya umat manusia untuk berbuat sebaik-baiknya kepada Tuhan maupun kepada sesama manusia.⁵⁵

$$\text{Ki} = (\text{MQ}, \text{SQ})$$

MQ = Kecerdasan Material (*Material Quetient*)

SQ = Kecerdasan Spriritual (*Spiritual Quetient*)

[illegible]

yang dimiliki diperoleh dengan cara halal dan baik, bertujuan ibadah, kualitas lebih penting dari pada kuantitas, dan penggunaan sesuai syariah.⁵⁶

[illegible]

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang dapat diamati dan diarahkan pada latar secara utuh.⁵⁷ Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi menanyakan informasi yang menekan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multi metode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif.⁵⁸ Adapun metode dalam penelitian ini adalah metode campuran atau *mixed method*.

[illegible]

Menurut Creswell, strategi-strategi dalam *mixed methods* adalah sebagai berikut:⁶²

Model penelitian *sequential* adalah suatu prosedur penelitian di mana peneliti mengembangkan hasil penelitian dari satu metode ke metode yang lain secara berurutan dalam waktu yang berbeda. Model penelitian ini ada tiga strategi:

- ⁶¹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), 428.

[illegible]

perekonomian dan kesejahteraan mereka setelah menggunakan AliDien *marketplace* itu sendiri sebagai sarana berjualan mereka. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data kuantitatif adalah survei dengan angket atau kuesioner.

B. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu hal paling inti dalam sebuah penelitian. Ada dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sumber data primer adalah sumber primer di mana sebuah data dihasilkan.⁶³ Data ini akan menjadi rujukan utama dalam penelitian. Sumber data primer penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner/angket yang diberikan kepada sampel penelitian (responden).
2. Sumber data sekunder adalah sumber data sekunder atau kedua, diperoleh setelah sumber data primer.⁶⁷ Data sekunder merupakan data pendukung, diperoleh dari selain melalui subyek penelitian. Seperti melalui jurnal, website, media sosial dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian yang penulis angkat.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian, objek penelitian dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara,

⁶³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2013), 129.

peristiwa, gejala dan sebagainya.⁶⁴ Populasi juga didefinisikan sebagai keseluruhan gejala atau satuan yang ingin atau akan diteliti.⁶⁵

1. Populasi

Dalam penelitian populasi adalah para informan yang memiliki pengetahuan khusus, status atau keterampilan berkomunikasi dan atau individu yang diidentifikasi dan dihubungi peneliti kemudian akan menginformasikan tentang lapangan.⁶⁶ Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh manajemen AliDien *marketplace* dan semua individu atau kelompok yang terjaring dan menggunakan AliDien *marketplace* untuk tujuan berjualan dan memiliki alamat email atau kontak *whatsApp*.

2. Sampel

Teknik penarikan sampel dilakukan secara probabilitas. Bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan untuk dipilih sebagai sampel.⁶⁷ Dalam penelitian kualitatif subjek betul-betul kaya informasi sangat krusial karena penelitian kualitatif ukurannya bukan dari banyaknya responden melainkan banyak informasi yang dimiliki oleh subjek.⁶⁸ Dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan adalah informan yang baik. Informan baik adalah informan dengan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang peneliti perlukan.⁷³ Untuk bagian kualitatif, sampelnya adalah pimpinan AliDien Marketplace.

⁶⁴ Ibid., 101.

⁶⁵ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 106.

⁶⁶ Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 92.

⁶⁷ *Metode Penelitian Kuantitatif*, 106.

⁶⁸ Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 24. ⁷³ Ibid., 93.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

2. Kuesioner/angket

⁷⁰ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 139.

Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden terhadap variabel maka digunakan kuesioner skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁷¹ Skala *likert* terdiri dari sangat setuju, setuju, netral (ragu-ragu), tidak setuju dan sangat tidak setuju.⁷² Pada umumnya sebuah angket terdiri dari pendahuluan seperti: data pribadi responden setelah itu masuk bagian isi angket.⁷³

3. Dokumentasi

⁷¹ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 39.

⁷³ Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, 130.

Analisis data adalah serangkaian kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/tanda dan mengategorikan data yang telah ada sehingga diperoleh temuan sesuai fokus dan masalah yang ingin dijawab.⁷⁵ Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis data kualitatif menurut Fossey, cs., (2002:728) didefinisikan sebagai proses mereviu dan memeriksa data, menggabungkan dan menafsirkan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan situasi sosial yang diteliti.⁷⁶

Deskriptif kuantitatif merupakan kuantitatif yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis dengan metode statistik. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran lengkap baik dalam bentuk verbal atau numerikal, menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan, menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian.

⁷⁶ Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, 400.

HASIL PENELITIAN

1. AliDien Marketplace

Value halal yang dimaksudkan adalah bahwa semua produk yang dijual dipastikan sesuai syariah dari hulu hingga hilir dan minimal memiliki label halal MUI untuk produk makanan dan minuman. Di samping halal, AliDien juga benar-benar menjaga prinsip-prinsip perdagangan (tijarah) sesuai syariah, sehingga dipastikan aman bertransaksi di dalamnya.⁷⁷

⁷⁷ Muhammad, wawancara, 2 Maret 2020.

1. Visi dan Misi AliDien *Marketplace*⁷⁸

Mengoptimalkan potensi ekonomi komunitas untuk kesejahteraan komunitas tersebut.

- i. Pemanfaatan teknologi sebagai sarana menjalankan kegiatan usaha.
- ii. Selalu berinovasi dalam produk dan layanan untuk meningkatkan kualitas peforma perusahaan.
- iii. Memberi keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang terkait.

AliDien *marketplace* adalah jenis *marketplace* global, menjual berbagai jenis produk dari berbagai sumber dengan jenis produk yang dijual dapat tidak berkaitan sama sekali. AliDien menyediakan berbagai macam kebutuhan mulai dari kebutuhan pokok, makanan, *fashion*, hingga pulsa dan tagihan bulanan seperti pembayaran listrik, PDAM, BPJS, dll.

[illegible]

AliDien *marketplace* adalah perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* yang dalam aktivitasnya perusahaan memperoleh profit dengan menjadi perantara transaksi antara penjual dan pembeli dari berbagai jenis kategori bidang usaha yang halal. Dalam operasionalnya AliDien bergerak sesuai dengan rencana ataupun strategi perusahaan yaitu sesuai visi dan misi yang telah ada. Sedangkan untuk program kerja AliDien saat ini adalah mengadakan kegiatan *workshsop* dengan tema halal.

⁸⁰ Heni Mahmudah, “Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Akbar” 151, no. 2 (September 2016): 861. ⁸⁶ Ibid., 862.

“Iya, untuk proses bisnis yang baru kami coba untuk mengajak kerja sama masjid agar bisa menjadi *distribution point* semua produk yang dibeli. Yang nantinya masjid akan coba kami beri sebagian keuntungan yang diterima oleh AliDien. Dan ini masih kami riset saat ini.”⁸¹

a) Pengguna AliDien

“Semua bisa masuk. Yang penting produknya halal, yang sudah ada sertifikasi MUI yang kita jadikan standar halal. Hanya saja kami lebih mengutamakan penjual yang Muslim.”⁸⁹

⁸¹ Muhammad, wawancara, 2 Maret 2020.

⁸² Aplikasi AliDien *Marketplace* Diakses Pada 25 Juni 2020 ⁸⁹ Muhammad, wawancara, 12 Mei 2020.

b) Transaksi dan uang hasil penjualan

Setiap transaksi jual-beli di AliDien wajib menggunakan AliDien *payment system*. Dalam hal ini AliDien mendapatkan profit dari adanya transaksi antara penjual dan pembeli. Begitu juga dengan para penjual akan mendapat keuntungan dari transaksi tersebut. Penjual secara otomatis akan menerima uang dan *feedback* dalam Dompet Virtual setelah pembeli memberi konfirmasi terima barang.

c) Tampilan aplikasi AliDien *marketplace*



Gambar 4. 1 Tangkapan layar aplikasi AliDien Marketplace di Google Play.



Gambar 4. 2 Tangkapan layar aplikasi AliDien *Marketplace*.

2. Peran Ekonomi

Adapun peran ekonomi AliDien yaitu menjalankan kegiatan bisnis bagi para penjual. Seperti wawancara:

“Iya, untuk proses bisnis yang baru kami coba kerjasama masjid agar bisa menjadi *distribution point* yang dibeli yang nantinya masjid akan coba kami keuntungan yang di terima oleh AliDien. Dan ini masih ini.”⁸⁵

Sejalan dengan Muhammad, Lutfi juga menguraikan peran AliDien berkaitan dalam hal operasional kegiatan pemasaran.

“Membantu penjual untuk meningkatkan penjualan melalui AliDien yang sudah terbentuk”.⁹⁴

Sejalan dengan Muhammad Lutfi juga mengungkapkan bahwa pemasaran “*offline* (untuk) membentuk jaringan dengan komunitas untuk bersama-sama membangun ekonomi umat.”⁸⁹

Sedangkan dalam pemasaran *online*, AliDien belum memanfaatkan *digital marketing* secara optimal karena sampai saat ini belum memiliki akun sosial media *official* namun seperti yang telah disebutkan sebelumnya untuk media sosial AliDien menggandeng Halal Quality (HaQ).

1. Gambaran Responden

⁸⁸ Muhammad, wawancara, 1 Juni 2020.

⁸⁹ Lutfi, wawancara, 1 Juni 2020.

⁹⁰ Muhammad danLutfi, wawancara, 1 Juni 2020.

umum keadaan atau kondisi responden. Keseluruhan responden adalah penjual Muslim, sebagaimana tabel berikut ini:

Tabel 4. 1

Gambaran Umum Responden

No.	Variabel	Keterangan	N	%
1.	Wilayah	Surabaya	9	64,3
		Sidoarjo	5	35,7
2.	Kategori Usaha	UMKM	6	42,9
		UKM	2	14,3
		Lainnya	6	42,9
3.	Jenis Usaha	Busana dan Aksesoris (<i>Fashion</i>)	4	28,6
		Makanan dan minuman	5	35,7
		Kecantikan dan kesehatan	1	7,1
		Perlengkapan rumah tangga	1	7,1
		Agribisnis	1	7,1
		Lainnya	2	14,3
4.	Kepemilikan Usaha	Perorangan (pribadi)	11	78,6
		Kelompok	3	21,4
5.	Status Kegiatan Usaha	Pekerjaan utama	5	35,7
		Pekerjaan sampingan	9	64,3

Berdasarkan tabel di atas ini kebanyakan wilayah usaha responden adalah di Surabaya sebanyak 9 orang atau 64,3 % dan Sidoarjo sebanyak 5 orang atau 35,7 %. Kategori usaha responden masuk dalam UMKM sebanyak 6 orang atau 42,9 %, UKM sebanyak 2 orang atau 14,3 % dan lainnya sebanyak 6 orang atau 42,9 %.

dan lainnya sebanyak 2 orang atau 14,3 %.

Dari segi kepemilikan usaha, mayoritas adalah usaha perseorangan sebanyak 11 orang atau 78,6 %, disusul dengan kepemilikan kelompok sebanyak 3 orang atau 21,4 %. Responden menyatakan bahwa yang dijalani dengan *online* merupakan pekerjaan utama sebanyak 11 orang atau 35,7 %, disusul dengan pekerjaan sampingan sebanyak 17 orang atau 64,3 %.

4. Hasil Survei

Survei dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perubahan perilaku dan kesejahteraan penjual Muslim sebelum dan sesudah menggunakan AliDien, sebagaimana disampaikan oleh responden. Survei menggunakan

yang dijalani dengan *online* merupakan pekerjaan utama sebanyak 35,7 %, disusul dengan pekerjaan sampingan sebanyak 64,3 %.

4. Hasil Survei

Survei dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perubahan ekonomi dan kesejahteraan penjual Muslim sebelum dan sesudah menggunakan AliDien, sebagaimana disampaikan oleh responden. Survei menggunakan

2. Hasil Survei

Survei dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perubahan ekonomi dan kesejahteraan penjual Muslim sebelum dan sesudah menggunkan AliDien, sebagaimana disampaikan oleh responden. Survei menggam

Survei dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perubahan ekonomi dan kesejahteraan penjual Muslim sebelum dan sesudah menggunakan AliDien, sebagaimana disampaikan oleh responden. Survei menggambarkan pendapat responden tentang pendapatan, penjualan, omset, perkembangan usaha, Zakat, pemenuhan kebutuhan hidup, pangan, kesehatan, konsumsi (pengeluaran), investasi (menabung), rasa aman, dan persaudaraan (ukhuwwah Islamiyah).

a. Peningkatan Pendapatan

Pendapatan adalah gambaran pendapatan bersih bulanan penjual setelah menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil

penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai kenaikan pendapatan penjual AliDien:

Tabel 4. 2

Jawaban responden tentang pendapatan

Keterangan	Ya		Tidak	
	F	%	F	%
Pendapatan	6	42,9	8	57,1

Sumber: Olahan peneliti 2020

Tabel 4. 3

Perubahan pendapatan sebelum dan setelah menggunakan AliDien

Responden	A	B	Kenaikan pendapatan
1	250.000	300.000	50.000
2	200.000	500.000	300.000
3	300.000	325.000	25.000
4	100.000	200.000	100.000
5	2.000.000	2.300.000	300.000
6	500.000	600.000	100.000
Jumlah			875.000

Tabel 4. 3 Sumber: Olahan peneliti 2020

Keterangan Tabel 4. 3

A : Pendapatan rata-rata sebelum menggunakan AliDien (Rp)

B : Pendapatan rata-rata setelah menggunakan AliDien (Rp)

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa dari 14 responden ada 6 responden (42,9%) menyatakan meningkat, dan 8 responden (57,1%) menyatakan tidak mengalami peningkatan pendapatan.

jumlah kenaikan pendapatan sebesar Rp. 875.000 dibagi jumlah responden sebanyak enam. Sedangkan presentase kenaikan pendapatan diketahui dengan setiap besaran pendapatan responden dibagi dengan pendapatan sebelumnya menggunakan AliDien dan dikalikan 100%. Kenaikan terendah Rp.25.000 mengalami kenaikan 8,3% dari yang sebelumnya menggunakan AliDien Rp.300.000 menjadi Rp.325.000 dan kenaikan tertinggi Rp.300.000 mengalami kenaikan 150% dari yang sebelumnya menggunakan AliDien Rp.200.000 menjadi Rp.500.000.

b. Kenaikan Penjualan

Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai kenaikan penjualan penjual AliDien:

Berikut akan ditampilkan gambaran hasil peneliti

Tabel 4. 4

Tabel 4. 4

Jawaban responden tentang penjualan

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Penjualan	-	-	4	28,6	6	42,9	3	21,4	1	7,1

Sumber: Olahan peneliti 2020

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju, 4 responden (28,6%) menyatakan setuju, 6 responden (42,9%) menyatakan netral, 3 responden

(21,4%) menyatakan tidak setuju, 1 responden (7,1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Penjualan merupakan hal penting dalam suatu kegiatan ekonomi. Penjualan adalah suatu usaha untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan laba. Penjualan jika diidentifikasi dari perusahaannya dibedakan menjadi dua jenis. Pertama, penjualan langsung, dengan mengambil barang dari *supplier* dan langsung dikirim ke pelanggan. Kedua, penjualan stok gudang, penjualan barang dari stok yang telah tersedia di gudang.

Pada dasarnya *marketplace* tidak memiliki produk dan jasa sendiri untuk kemudian dijual kepada calon pembeli atau pembeli. *Marketplace* menjalankan bisnis dengan mendapatkan laba dari hasil transaksi penjualan produk dan jasa dari penjual yang menjadi mitranya. Walaupun pada beberapa *marketplace* ada yang memiliki toko *official* sendiri atau stok sendiri untuk dijual kembali. Semakin banyak transaksi di *marketplace* menandakan semakin banyak pula laba yang didapat. Hal tersebut juga dapat menandakan bahwa keuntungan bukan hanya untuk perusahaan saja melainkan juga untuk para penjual di *marketplace*.

Dilansir dari CNN Indonesia, mengutip dari SIRCLO perusahaan penyedia layanan solusi *e-commerce* memaparkan bahwa dalam era digital ini pelaku bisnis akan menghadapi beberapa tren dan peluang. Beberapa trennya diantaranya adalah pertama peningkatan daya beli di wilayah luar

beli online.⁹¹

Menurut laporan *e-Conomy SEA 2019* rata-rata pertumbuhan ekonomi digital berada di kisaran 20-30 persen sejak 2015. Indonesia menjadi salah satu negara dengan nilai perekonomian terbesar dan mampu bertahan di tengah persaingan global. *E-commerce* menjadi salah satu sektor dengan nilai transaksi terbesar. Indonesia diprediksi berada peringkat teratas dalam beberapa tahun ke depan dalam sektor ini. Transaksi diperkirakan mencapai US\$ 82 miliar pada 2025.⁹²

Berkaitan dengan itu transaksi perdagangan digital Indonesia tumbuh pesat. Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp 1.000 triliun pada tahun 2014 dan akan terus naik. Pada tahun 2018 nilainya

Berkaitan dengan itu transaksi perdagangan digital berkembang dengan sangat pesat. Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai 10,5 triliun pada tahun 2014 dan akan terus naik. Pada tahun 2015, diperkirakan akan mencapai 12,5 triliun.

19,92 persen. Sedangkan berdasarkan tahun mulai *e-commerce*, Jawa

⁹² Badan Pusat Statistik, *Statistik E-Commerce 2019* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, n.d.), 29.

transaksi 14 *marketplace* besar lain mencapai Rp. 24,07 triliun atau naik Rp. 2,51 triliun dari bulan April yang sebesar Rp. 21,56 triliun.⁹⁵

Yusuf Rendy, ekonom *Center of Reform on Economics* Indonesia, melihat peningkatan transaksi di *marketplace* pada bulan Mei 2020 dikarenakan adanya momen hari besar Idul Fitri. Tidak hanya itu, peningkatan tersebut juga tidak lepas dari adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Yusuf juga melihat *marketplace* dapat menjadi salah satu opsi utama masyarakat untuk berbelanja di era *new normal* dan bila tren kasus Covid-19 masih belum menunjukkan perlambatan.⁹⁶ Sehingga dengan demikian melihat dari gambaran di atas prospek transaksi *marketplace* akan terus meningkat.

c. Kenaikan Omset

Omset adalah gambaran pendapatan kotor bulanan penjual setelah menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai kenaikan omset penjual AliDien:

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju, 3 responden (21,4%) menyatakan setuju, 7 responden (50%) menyatakan netral, 3 responden (21,4%) menyatakan tidak setuju, 1 responden (7,1%) menyatakan sangat tidak setuju.

⁹⁵ Kontan.co.id, “Nilai Penjualan Marketplace Bulan Mei 2020 Melejit, Ini Penyebabnya.,” <https://industri.kontan.co.id/news/nilai-penjualan-marketplace-bulan-mei-2020-melejit-ini-penyebabnya>.

⁹⁶ Ibid.

e. Kemampuan membayar Zakat

Zakat adalah gambaran dari pemeliharaan agama (*Ad-dien*), diukur dari implementasi rukun Islam ke tiga zakat. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai lebih membantu membayar zakat para penjual AliDien:

Tabel 4. 7

Jawaban responden tentang ZIS

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Penunaian ZIS	-	-	3	21,4	5	35,7	5	35,7	1	7,1

Sumber: Olahan peneliti 2020

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju, 3 responden (21,4%) menyatakan setuju, 5 responden (35,7%) menyatakan netral, 5 responden (35,7%) menyatakan tidak setuju, 1 responden (7,1%) menyatakan sangat tidak setuju.

f. Pemenuhan kebutuhan hidup

Kebutuhan hidup adalah gambaran pemeliharaan jiwa (*An-nafs*) dilihat dari kemampuan untuk memenuhi segala kebutuhan hidup penjual setelah menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai penggunaan AliDien lebih membantu dalam memenuhi kebutuhan hidup penjual AliDien:

Tabel 4. 8

Jawaban responden tentang pemenuhan kebutuhan hidup

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kebutuhan hidup	-	-	2	14,3	7	50	4	28,6	1	7,

Sumber: Olahan peneliti 2020

g. Pemenuhan kebutuhan pangan

Kebutuhan pangan adalah gambaran pemeliharaan jiwa (*An-nafs*) dari kemampuan untuk memebuhi kebutuhan pangan penjual s menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai penggu AliDien lebih membantu penjual AliDien dalam memenuhi kebu

Jawaban responden tentang pemenuhan kebutuhan hidup

Sumber: Olahan peneliti 2020

Kebutuhan pangan adalah gambaran pemeliharaan jiwa (*An-nafs*) dilihat dari kemampuan untuk memebuhi kebutuhan pangan penjual setelah menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai penggunaan AliDien lebih membantu penjual AliDien dalam memenuhi kebutuhan pangan:

Jawaban responden tentang pangan

Sumber: Olahan peneliti 2020

tidak setuju.

h. Peningkatan kesehatan

Kesehatan adalah gambaran pemeliharaan jiwa (*An-nafs*) dilihat kemampuan untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatan menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai penggunaan AliDien lebih membantu penjual AliDien untuk hidup lebih sehat:

Tabel 4. 10

Jawaban responden tentang kesehatan

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kesehatan	-	-	2	14,3	7	50	4	28,6	1	7,1

Sumber: Olahan peneliti 2020

i. Peningkatan konsumsi (pengeluaran)

Konsumsi adalah gambaran daya beli penjual setelah menggunakan AliDien. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai kenaikan konsumsi (pengeluaran) penjual AliDien:

Tabel 4. 11

Jawaban responden tentang konsumsi (pengeluaran)

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Konsumsi	-	-	2	14,3	6	42,9	6	42,9	-	-

Sumber: Olahan peneliti 2020

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju, 2 responden (14,3%) menyatakan setuju, 6 responden (42,9%) menyatakan netral, 6 responden (42,9%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

j. Kemampuan investasi (menabung)

Menabung adalah gambaran pemeliharaan harta (*Al-maal*) dilihat dengan cara menyisihkan sebagian harta untuk masa depan. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai kenaikan investasi (menabung) penjual AliDien:

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju, 2 responden (14,3%) menyatakan setuju, 8 responden (57,1%) menyatakan netral, 3 responden

(21,4%) menyatakan tidak setuju, 1 responden (7,1%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 12

Jawaban responden tentang investasi (menabung)

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Investasi	-	-	2	14,3	8	57,1	3	21,4	1	7,1

Sumber: Olahan peneliti 2020

k. Rasa aman

Rasa aman adalah gambaran pemeliharaan harta (*Al-maal*) dilihat dari cara menjaga harta dengan mencari rezeki yang halal dan *thoyib* sehingga penjual memiliki perasaan hati yang senang/tentram. Berikut akan ditampilkan gambaran hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai rasa aman usaha penjual AliDien:

Tabel 4. 13

Jawaban responden tentang rasa aman

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Rasa aman	2	14,3	8	57,1	1	7,1	3	21,4	-	-

Sumber: Olahan peneliti 2020

Frekuensi jawaban responden dan dianalisis diketahui bahwa 2 responden (14,3%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (57,1%) menyatakan setuju, 1 responden (7,1%) menyatakan netral, 3 responden

1. Penguatan persaudaraan (ukhuwwah Islamiah)

Tabel 4. 14

Keterangan	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ukhuwwah Islamiah	1	7,1	8	57,1	1	7,1	3	21,4	1	7,1

[illegible]

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam kegiatan ekonomi, teknologi mutakhir menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya peningkatan perekonomian. Beberapa tahun terakhir *e-commerce* dan belanja *online* memiliki tren yang cenderung meningkat. *Marketplace* merupakan model bisnis baru yang berkembang seiring berkembangnya infrastruktur teknologi informasi. *Marketplace* dirancang untuk meminimalisir proses bisnis yang kompleks menjadi efisien dan efektif. Jika pasar konvensional memerlukan tempat bertemunya penjual dan pembeli, *marketplace* hanya memerlukan sarana virtual sebagai tempat terjadinya transaksi. Dengan adanya *marketplace* setiap orang dapat melakukan kegiatan jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batasan ruang, jarak dan waktu.

AliDien adalah salah satu perusahaan *online marketplace* halal di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan berbagai jenis produk kepada konsumen dengan mengakses aplikasi yang telah disediakan. AliDien memberikan dukungan kepada bisnis umat dalam mempromosikan produknya. Bisnis atau usaha umat ini datang dari beragam kategori produk seperti *fashion*, makanan dan minuman, kebutuhan pokok, kecantikan dan kesehatan, pendidikan,

Dalam memasarkan produknya, salah satu langkah yang disarankan adalah perluasan pemasaran. Menurut Etaswara (dalam Hidayat, Utama dan Romadhani, 2011) di era informasi ini pemasaran adalah komunikasi dan komunikasi adalah pemasaran, keduanya tidak bisa dipisahkan. Menurut Kolter dan Armstrong (2004) komunikasi pemasaran adalah sarana atau upaya perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, meningkatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk atau merek yang dijual.⁹⁷ Bauran komunikasi pemasaran disebut juga bauran promosi, terdiri dari lima bentuk utama komunikasi yaitu menurut Shimp 2000: iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

1. Iklan

Dalam penerapan di AliDien, periklanan dapat dilakukan sesuai dengan dana yang ada, karena AliDien terbilang masih baru dalam dunia e-

[illegible]

2. Publisitas

3. Promosi penjualan

⁹⁸ Ibid., 186. ¹⁰⁹ Ibid.

ekonomi syariah baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun oleh pihak swasta.

4. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung adalah bentuk promosi dengan menggunakan surat, telepon, faksimile, e-mail dan alat penghubung lainnya guna berkomunikasi secara langsung atau mendapat tanggapan langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan. Salah satu pemasaran langsung adalah melalui media *online*. Pemasaran *online* terbukti menjadi alat yang efektif dan efisien untuk membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan penjualan, mengkomunikasikan informasi perusahaan dan produknya.⁹⁹

Dalam hal pemasaran, AliDien menggandeng beberapa toko resmi halal seperti Air Mineral Santri (air minum dalam kemasan), BHS Atlas (sarung), Wardah, Al-FALAH Surabaya, Halal Market (AliDien), dan Ulyaa Mart Surabaya. AliDien menggandeng sejumlah UMKM dan bintis atau usaha lainnya. Ada kesempatan terbuka bagi para penjual untuk melakukan ekspansi pasar lebih luas. AliDien memberikan peran penting untuk mengoneksikan para penjual produk halal ke para pembeli di tiga wilayah Surabaya, Sidoarjo dan Gresik.

Ekspansi pasar oleh AliDien dilakukan melalui berafiliasi dengan komunitas atau organisasi Muslim, seperti Nurul Hayat, Dompot Dhuafa, Yayasan Dana Sosial Al-Falah (YDSF) Surabaya, Ikatan Saudagar Muslim

⁹⁹ Ibid., 188.

Sebagaimana misi AliDien yaitu edukasi dan dakwah Islam, AliDien berperan penting untuk mengedukasi masyarakat khususnya bagi Muslim tentang pentingnya dan manfaat produk halal. Hal ini sejalan dengan mulai diberlakukannya Jaminan Produk halal (UU JPH) pada 17 Oktober 2019 produk makanan dan minuman di Indonesia wajib halal. Melalui *marketplace*, AliDien mengedukasi masyarakat dengan program *workshop* dengan tema halal selain itu juga berafiliasi sama dengan media halal Halal Quality (HaQ). HaQ merupakan lembaga yang berfokus pada edukasi halal dan sertifikasi halal.

1. Peran Edukasi AliDien Marketplace

Dengan adanya edukasi ini menambah pemahaman masyarakat luas akan pentingnya dan manfaat produk dan jasa yang halal, terlebih lagi bagi para penjual AliDien itu sendiri. Selain itu adanya edukasi *workshop product scale-up* yang diperuntukkan bagi penjual AliDien membawa dampak terhadap peningkatan kualitas produk beberapa penjual walaupun

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan bahwa peran edukasi tentang kehalalan produk atau jasa memang penting mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Sehingga melalui langkah atau upaya edukasi halal oleh AliDien ini penjaul memiliki ilmu untuk meningkatkan kualitas produk mereka serta dapat lebih mudah untuk menarik pasar agar berbelanja ke halal *marketplace*, termasuk AliDien halal *marketplace*.

Tanpa menghiraukan seberapa besar dampak yang ditunjukkan pengaruh positif perkembangan *marketplace*. Semakin mudahnya menjangkau internet tanpa halangan waktu dan batas, metode transaksi *online* menjadi tren di Indonesia pada akhirnya. Berdasar pada negara-negara yang secara historis menjadi kiblat *e-commerce* bagi Indonesia telah membuktikan bahwa *e-commerce* berkontribusi bagi perekonomian negaranya.¹⁰⁴ AliDien adalah salah satu *platform* yang bergerak di bidang *e-commerce* atau ekonomi digital. Hal ini dapat diartikan bahwa AliDien *marketplace* telah mendukung dan berpotensi dalam pertumbuhan ekonomi negara. Selain dapat mendukung perekonomian nasional. Sebagaimana diketahui bahwa teknologi adalah salah satu faktor pertumbuhan ekonomi.

[illegible]

Kesejahteraan tidak hanya terpenuhinya kebutuhan materi saja, tetapi juga terpenuhinya kebutuhan spiritual. Kebutuhan materi sendiri berkenaan dengan pemeliharaan jiwa. menurut Ryandono (2010:30) pemeliharaan jiwa dapat terwujud bila terpenuhinya sandang, pangan, papan, kesehatan serta fasilitas umum lainnya.¹⁰⁶ Terpenuhinya kebutuhan hidup khususnya akan makan, tempat tinggal, dan pakaian merupakan dasar penting dalam kesejahteraan. Jika kebutuhan dasar terpenuhi maka manusia akan dapat dikatakan merdeka secara materi. Berdasarkan analisis dari hasil penelitian, setelah menggunakan AliDien dapat diketahui bahwa dua responden yang menyatakan lebih terbantu dalam memenuhi kebutuhan hidup dan tujuh netral, satu responden menyatakan lebih terbantu memenuhi kebutuhan pangan dan tujuh netral, dua lebih mampu hidup sehat dan tujuh netral.

¹⁰⁶ “Ziauddin Sardar Kesejahteraan Dalam Perspektif Islam Pada Karyawan Bank Syariah,” 396.

Kebanyakan orang, terutama masyarakat modern pasti menginginkan kesejahteraan *financial*. Berinvestasi adalah salah satu cara untuk menjadi kaya secara *financial* dengan menjaga harta. Investasi dapat dilakukan dengan menyimpan pendapatan yang kita hasilkan untuk masa depan atau disebut menabung. Berdasarkan hasil analisis ada dua responden yang dapat menabung lebih banyak setelah menggunakan AliDien dan delapan netral. Di samping itu pada dasarnya pada harta yang kita miliki sebenarnya ada hak milik orang lain yang membutuhkan. Zakat hanya dikeluarkan oleh mereka yang memiliki kewajiban berzakat atau disebut muzakki. Zakat sendiri akan disalurkan kepada para masyarakat pra sejahtera (*mustahiq*). Dengan demikian dapat peneliti katakan bahwa mereka yang muzakki adalah masyarakat sejahtera. Berdasarkan hasil analisis ada tiga responden yang lebih terbantu dalam membayar ZIS dan lima responden netral.

¹⁰⁷ Erwin Ndakularak, Nyoman Djinar Setiawina, and I Ketut Djayastra, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali” (n.d.): 152.

Komposisi umat Islam di Indonesia mencapai kurang lebih 80% dari total persentase seluruh penduduk Indonesia. Apabila aplikasi AliDien dimanfaatkan dan digunakan merata secara nasional, dapat digambarkan besaran jumlah transaksi dan perputaran uang di antara umat Islam. Dengan begitu potensi ekonomi umat Islam akan terbangun dan semakin lama semakin menguat.¹⁰⁹ Peningkatan ekonomi umat tidak sebatas membangun ekonomi namun juga memperkuat ukhuwwah (persaudaraan) di antara umat Islam.¹¹⁰ Dengan demikian AliDien sebagai wadah untuk menguatkan ekonomi komunitas Muslim sangat dimungkinkan akan dapat memperkuat ukhuwwah (persaudaraan) di antara umat Islam.

¹⁰⁸ “Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam,” 78.

¹⁰⁹ “AliDien Marketplace.”

[illegible]

3. Dampak AliDien *marketplace* terhadap kesejahteraan umat

Dalam kesejahretaan materi (ekonomi), penggunaan AliDien *marketplace* membawa perubahan terhadap peningkatan ekonomi (kesejahretaan materi) penjual Muslim walaupun belum terlalu besar. Akan tetapi penggunaan AliDien *marketplace* membawa pengaruh cukup besar terhadap kesejahteraan non materi (spiritual) penjual Muslim. Mayoritas penjual Muslim merasa lebih merasa tentram atau tenang jika berjualan di AliDien halal *marketplace*. Selain itu mayoritas penjual Muslim juga merasa ukhuwwah (persaudaraan) lebih kuat di antara umat Islam.

B. Saran

1. AliDien Marketplace

AliDien harus terus meningkatkan peran edukasi, sehingga dapat menarik pasar lebih luas. Selain itu AliDien juga harus terus meningkatkan peran ekonomi. Misalnya untuk kedepannya AliDien dapat menambah strategi pemasaran dengan memanfaatkan dan mengoptimalkan *digital marketing*. Sebagai perusahaan yang masih muda dan AliDien bisa menambah strategi dengan cara memasang iklan, dan memanfaatkan publisitas. Dengan demikian AliDien dapat lebih kompetitif dengan kompetitor *marketplace* lain.

2. Penjual Muslim

Hendaknya penjual Muslim turut bergabung menggunakan AliDien halal *marketplace* untuk berjualan guna meningkatkan ekonomi umat Muslim sendiri dan dapat memperkuat ukhuwwah Islamiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, Didi. "Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 15, no. 3 (2000): 389.
- Ahmadi, Rulam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Alkatiri, Wardah. "Jaringan Ekonomi Syariah Berbasis Komunitas Islam: Solusi Memperbaiki Ekonomi Umat" 2, no. 1 (2017).
- Almizan. "Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam" 1, no. 1 (June 2016).
- Arsyad, Lincolin. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: STIE YKPM, 1999.
- Arsyad, Lincoln. *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Gemapress, 1999.
- Artaya, I Putu, and Tubagus Purworusmiardi. "Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi UMKM Di Jawa Timur" (n.d.).
- Azizy, A. Qodri. *Membangun Fondasi Ekonomi Umat: Meneropong Porspek Berkembangnya Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Chismardani, Yunita. "Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi Untuk UMKM" 8, no. 2 (December 2014).
- Eko Purwana, Agung. *Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, n.d.
- Fahrudin, Adi. *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Fety Dianari, Getha. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia" 2, no. 1 (2018).
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif:Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.
- Hadya Jayani, Dwi. "Tren Pengguna E-Commerce." *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. Accessed April 15, 2020.

Indonesia, CNN. “Tren Dan Peluang Industri E-Commerce Di Indonesia 2020.” Accessed July 27, 2020. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>.

Izzati, Khairana. “KNKS Mendorong Pertumbuhan Produk Halal.” *KNKS Mendorong Pertumbuhan Produk Halal*. Accessed April 15, 2020. <https://knks.go.id/beranda>.

Kemenag RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Jakarta: Kemenag RI, 2014.

Kontan.co.id. “Nilai Penjualan Marketplace Bulan Mei 2020 Melejit, Ini Penyebabnya.” <https://industri.kontan.co.id/news/nilai-penjualan-marketplace-bulan-mei2020-melejit-ini-penyebabnya>.

Mahmudah, Heni. "Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Akbar" 151, no. 2 (September 2016).

Miliana, Novi, Muhammad Rijalus Sholihin, and Joko Nurhuda. "Pemanfaatan Website Dan Marketplace Terpadu Untuk Meningkatkan Potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kabupaten Lumajang" (2018).

Ndakularak, Erwin, Nyoman Djinar Setiawina, and I Ketut Djayastra. "Analisis FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota Di

Provinsi Bali” (n.d.).

Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

Nurmaya, Indah Kurnianingsih, and Nova Eka Diana. "Ibm Pelatihan Decoupage Dan ECommerce Untuk Meningkatkan Ekonomi Ibu Rumah Tangga." *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)* (2017).

Pahlevi. "Jenis-Jenis Marketplace." *Pengertian Marketplace Dan Jenis-Jenis Marketplace*. Accessed April 14, 2020. <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>.

Pradana, Mahir. "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Neo-bis* 9, no. 2 (December 2015).

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing, 2016.

Purbaya, A. Ghofar. "Strategi Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat: Kasus Pengusaha Krupuk Dan Camilan Hasil Laut Di Pantai Kenjeran Lama Surabaya" 1, no. 1 (December 2016).

Pusat Statistik, Badan. *Statistik E-Commerce 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, n.d.

Rahadi, Nur Wahyu, Dwi Novia Prasetyanti, Artdhita Fajar Pratiwi, and Bayu Aji Girawan. "Marketplace Sebagai Media Pemasaran Produk Ukm Di Kecamatan Maos Guna Tingkatkan Perekonomian Masyarakat." *Jurnal Pengabdian Masyarakat JDINAMIKA* 4, no. 1 (June 2019).

Rahayu, Ning. "Pertumbuhan E-Commerce Pesat Di Indonesia." Accessed July 27, 2020. <https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commercepesat-di-indonesia.html>.

Siregar, Sofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Sohari. "Aplikasi Etos Kerja Dalam Berbagai Profesi" 6, no. 1 (June 2015).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Suhardono, Edy. *Teori Peran Konsep, Deviasi Dan Implikasinya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994.

