

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS *ONLINE SHOP*  
PADA UMMI *ONLINE SHOP* NGAWI  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**



**Oleh: Rima Yunita**

**NIM 401180296**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2025**

## ABSTRAK

Yunita, Rima, Strategi Pengembangan Bisnis *Online Shop* Pada Umami *Online Shop* Ngawi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, 2025. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Mansur Azis, M.S.I.

**Kata kunci:** Ekonomi Islam, Strategi Pengembangan Bisnis Online

Strategi pengembangan bisnis online dapat diartikan sebagai rencana tindakan yang digunakan untuk membangun dan memperkuat posisi bersaing perusahaan. Harapan setelah dilakukan beberapa strategi tersebut dapat berpengaruh terhadap kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang. Namun, kenyataannya dari strategi tersebut belum mampu menjadi penguat atau meningkatkan penjualan produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis *online shop* pada Umami *online shop* Ngawi dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk meneliti atau mempelajari objek yang alamiah. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik perusahaan serta wawancara karyawan. Pengamatan atau observasi dilakukan langsung ke lapangan yang dilaksanakan di Umami *Online Shop* Ngawi.

Hasil dari penelitian ini yaitu, dalam melakukan penjualan Umami *Online Shop* belum menggunakan strategi pengembangan bisnis yang sesuai sehingga menghambat perkembangan bisnis yang dijalankan. Penggunaan media sosial yang minim, merupakan salah satu penghambat dalam pengembangan bisnis. Selanjutnya, Umami *Online Shop* belum sepenuhnya memenuhi kaidah-kaidah agama Islam. Umami *online shop* belum sepenuhnya menggunakan prinsip dasar ekonomi Islam dalam melakukan transaksi jual beli.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

| NO | NIM         | JURUSAN            | JUDUL SKRIPSI                                                                                                           |
|----|-------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Rima Yunita | Ekonomi<br>Syariah | Strategi Pengembangan Bisnis <i>Online Shop</i><br>Pada <i>Ummi Online Shop</i> Ngawi Dalam<br>Perspektif Ekonomi Islam |

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 03 juni 2025

Mengetahui,

Menyetujui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
MOH. FAIZIN, M.SE  
Nip. 198406292018011001



MANSUR AZIS, M.S.I.  
Nip. 198606242023211017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini: ✓

Judul : Strategi Pengembangan Bisnis Online Pada Ummi Online Shop  
Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Nama : Rima Yunita

Nim : 401180296

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *ujian skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi.

Dewan penguji:

Ketua sidang

Dr. Luhur Prasetyo M.E.I.

Nip 197801122006041002

Penguji I

Fibrianis puspita anhar, S.E., M.Si.

Nip 199107082020122016

Penguji II

Mansur Azis, M.S.I

Nip 198606242023211017

()  
()  
()

Ponorogo, Senin/16 /Juni/2025

Mengesahkan,  
Dekan Febi IAIN  
Ponorogo

()  
Dr. Aji Damanuri, M.E.I.  
Nip 197506022002121003

### **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rima Yunita

Nim : 401180296

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ONLINE  
SHOP PADA UMMI ONLINE SHOP NGAWI  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [ethesis.iainponorogo.ac.id](http://ethesis.iainponorogo.ac.id). Adapun isi keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 Juni 2025



Rima Yunita  
NIM 401180296

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rima Yunita

Nim : 401180296

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

Strategi Pengembangan Bisnis *Online Shop* Pada Ummi *Online Shop* Ngawi  
Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian  
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, Juni 2025

Pembuat Pernyataan,



Rima yunita

Nim 401180296

## DAFTAR ISI

|                                        |      |
|----------------------------------------|------|
| COVER .....                            | i    |
| ABSTRAK .....                          | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI ..... | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....        | iv   |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....     | v    |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....      | vi   |
| MOTTO .....                            | vii  |
| PERSEMBAHAN .....                      | viii |
| KATA PENGANTAR .....                   | ix   |
| DAFTAR ISI .....                       | x    |
| BAB I PENDAHULUAN .....                |      |
| A. Latar belakang .....                | 1    |
| B. Rumusan masalah.....                | 9    |
| C. Tujuan penelitian .....             | 9    |
| D. Manfaat penelitian .....            | 9    |
| E. Studi penelitian terdahulu .....    | 10   |
| F. Metode penelitian .....             | 14   |

|                                                                                                            |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Jenis dan sifat penelitian .....                                                                        | 14        |
| 2. Sumber data .....                                                                                       | 15        |
| 3. Teknik pengumpulan data .....                                                                           | 17        |
| 4. Teknik penjamin keabsahan data .....                                                                    | 19        |
| 5. Teknik analisis data .....                                                                              | 20        |
| G. Sistematika pembahasan                                                                                  |           |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>                                                                           | <b>21</b> |
| <b>A. Strategi Pengembangan Bisnis Online Shop Dalam Perspektif<br/>        Ekonomi Islam .....</b>        | <b>21</b> |
| <b>B. Pengertian Online Shop .....</b>                                                                     | <b>24</b> |
| <b>BAB III PAPARAN DATA .....</b>                                                                          | <b>41</b> |
| <b>A. Gambaran Umum .....</b>                                                                              | <b>41</b> |
| 1. Sejarah Ummi <i>online shop</i> .....                                                                   | 41        |
| 2. Visi, misi, dan tujuan.....                                                                             | 44        |
| <b>B. Strategi berdirinya Pengembangan Bisnis Ummi Online Shop .....</b>                                   | <b>44</b> |
| <b>C. Tinjauan Ekonomi Islam Pada Ummi Online Shop .....</b>                                               |           |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                   | <b>49</b> |
| A. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis <i>Online Shop</i> Pada<br>Ummi<br><i>Online Shop</i> Ngawi ..... | 49        |
| B. Analisis Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Pada Ummi <i>Online</i>                                      |           |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| <i>Shop</i> .....           | 53 |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....  | 55 |
| <b>A. Kesimpulan</b> .....  | 55 |
| <b>B. Saran</b> .....       | 55 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | 57 |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Online shop* merupakan toko dengan trobosan baru yang menggunakan media sosial *e-commerce* untuk memasarkan produknya. *Online shop* merupakan sarana yang mudah dan murah untuk melakukan penjualan. Selain mudah dan murah, barang yang dijual oleh *online shop* bermacam-macam meliputi produk fashion, makanan, perabot serta kebutuhan rumah tangga. Toko online sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet.<sup>1</sup>

*Online shop* merupakan salah satu bentuk alternative yang dapat digunakan para pebisnis untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen. Seiring berjalannya waktu, penggunaan layanan internet semakin bertambah yang disebabkan karena mudah dan murah. Dengan adanya peristiwa seperti berikut, maka sangat mempengaruhi perkembangan *online shop*.

Keunggulan *online shop* selain mudah dan murah yaitu juga praktis. Karena pembeli tidak perlu datang ke toko untuk melakukan transaksi. Penjualan melalui Internet atau media sosial dapat menjangkau konsumen secara luas, bahkan sampai ke

---

<sup>1</sup> Muhammad Yusuf Dan Ahmad Yusuf. *1 Jam Membuat Toko Online Dengan Joomla! dan Virtuemart*, (Yogyakarta: Expet 2012), 1.

pelosok daerah. Dengan adanya *online shop*, masyarakat yang jauh dari Kota tidak perlu jauh-jauh untuk berbelanja.

Toko online memungkinkan terjadinya transaksi pembelian barang dan jasa melalui media internet. Lewat toko online pembeli juga bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak didapatkan melalui web yang dipromosikan oleh penjual.<sup>2</sup> Kegiatan belanja online merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan keseluruh dunia melalui media sosial yang tersambung dengan layanan akses internet.<sup>3</sup>

Dalam dunia bisnis saat ini persaingan antara industri bisnis semakin ketat, seperti halnya industri-industri yang ada di Indonesia. Dengan semakin majunya teknologi pada era digital ini, perusahaan tentunya akan lebih bersaing lagi dalam mengembangkan bisnisnya. Tak terkecuali dengan cara mengikuti perkembangan media sosial yang semakin pesat dan luas. Selain mengikuti perkembangan teknologi, perusahaan juga akan semakin meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan. Perkembangan teknologi internet yang semakin maju, dapat mempengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat. Internet telah mengubah bagaimana cara dalam berbisnis, karena penjual dapat memasarkan berbagai jenis produk yang tak terbatas melalui media sosial. Dengan kemudahan yang didapatkan dari internet ini membuat pihak produsen harus mengatur strategi atau langkah untuk mendapatkan konsumen baru atau

---

<sup>2</sup> Y.B, Anang, *Sukses Bisnis Toko Online*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2010), 18.

<sup>3</sup> Ibid, 19.

mempertahankan konsumen lama. Karena sebelum melakukan pembelian online para konsumen akan lebih detail untuk mencari tahu bagaimana spesifikasi dan kualitas produk yang akan dibeli. Kemudahan dalam fitur internet akan menjadi jaminan produk dalam pembelian tersebut.

Strategi pengembangan bisnis merupakan tahap awal untuk menunjang kemajuan usaha atau bisnis. Strategi pengembangan bisnis merupakan tujuan, perencanaan perusahaan untuk melihat kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis agar mencapai kesuksesan dan keberhasilan di waktu yang akan datang.<sup>4</sup> Strategi merupakan sebuah kata yang sering kita dengar pada kehidupan sehari-hari, baik dalam kalangan bisnis perdagangan maupun dalam permainan.<sup>5</sup> Dalam kata lain strategi adalah langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan dalam mencapai suatu tujuan.<sup>5</sup> Menurut Philip Kotler strategi merupakan wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>6</sup>

Menurut Morrissey strategi merupakan suatu proses yang digunakan untuk menentukan arah yang harus di tuju oleh suatu usaha atau bisnis agar tercapai misi. Dalam Islam sistem strategi pada masa Rasulullah SAW sering di gunakan untuk berdakwah, memperluas wilayah, bahkan digunakan untuk berperang. Salah satu kisah yang bisa diambil adalah kisah dari Khalid bin al-Walid yang pada saat itu melakukan perang melawan Romawi. Kemudian ia mengatur strategi ditebarkan ketakutan terhadap musuh dengan mengganti formasi pasukan setiap hari yang tujuannya agar pasukan Romawi mengira pasukan Islam akan mendapat bantuan tambahan pasukan baru.

---

<sup>4</sup> Joko, Purnomo, *Strategi Pengembangan Bisnis Bibit Tanaman Hutan* (Bogor: 2008)

<sup>5</sup> Sadono Sukirno, pengantar bisnis, cet 1, (2022), 64.

<sup>5</sup> Kasmir, *kewirausahaan* (jakarta: pt raja grafindo persada, 2008),171.

<sup>6</sup> Philip Kotler, *marketing* (jakarta: erlangga, 1994), 7.

Dengan cara itu pasukan romawi takut dan mengundurkan diri. Dalam cerita tersebut dapat di simpulkan bahwa Islam telah mengajarkan umatnya dalam merangkai dan menjalankan strategi agar tujuan organisasi dapat tercapai.<sup>7</sup>

Pengembangan bisnis atau usaha merupakan suatu tanggung jawab dari pengusaha atau produsen untuk berpandangan dan mempunyai motivasi yang baik ke depannya. Dalam Islam pengembangan merupakan suatu proses kerja cermat dalam merubah suatu keadaan menjadi lebih baik dan lebih luas dari sebelumnya. Sedangkan bisnis dalam Islam merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh umat manusia untuk memperoleh rizqi dari Alloh SWT dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis Islam merupakan suatu penentu arah atau tujuan perusahaan untuk mendapat motivasi agar dapat memenuhi segala kebutuhan dan memperoleh rizqi yang lebih baik dari sebelumnya.<sup>8</sup>

*Online shop* merupakan sebuah bisnis digital yang menggunakan sistem online atau toko yang memasarkan dagangannya melalui media sosial. Pada saat ini *online shop* merupakan pekerjaan yang sangat diminati masyarakat Indonesia karena selain menjadi pekerjaan sampingan, dapat membantu menunjang pendapatan. Selain menjadi pekerjaan sampingan banyak juga yang menjadikan *online shop* sebagai pekerjaan utama karena menghasilkan pendapatan yang lebih besar.

---

<sup>7</sup> Nurul, Khamidah, *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis Swot Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali "Mustika" Di Kabupaten Batang* (Semarang: 2019).

<sup>8</sup> Katarina, Suryati Dkk, *Analisis Pengembangan Usaha Fany Cake N Bakery Salatiga* (Salatiga:2018)

Munculnya *online shop* memang cukup menjanjikan, namun belum tentu mencapai target pendapatan yang bisa menunjang perekonomian. Melihat permasalahan yang ada di Ummi *online shop* Ngawi, yaitu dengan munculnya pesaing-pesaing baru yang lebih berinovasi. Maka diperlukan strategi pengembangan bisnis yang lebih baik dan tertata agar dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kualitas ekonomi yang lebih baik.

Salah satu usaha *online shop* yaitu Ummi *online shop* yang berada di Kota Ngawi. Ummi *online shop* merupakan *online shop* yang didirikan oleh mbak tari yang berlokasi di ngawi, lebih tepatnya di Padas Jururejo Rt.02 Rw.09 Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi Jawa Timur. Usaha ini dimulai pada tahun 2017 namun baru berjalan tetap pada tahun 2019. Ummi *online shop* menjual berbagai jenis pakaian, makanan ringan, sampai alat-alat rumah tangga. Melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha, dikatakan bahwa pemasaran Ummi *online shop* melalui media sosial *whatsapp* dan *instagram*. Dengan promosi pemasaran yang minim membuat Ummi *online shop* tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas, sehingga Ummi *online shop* belum bisa mencapai target pemasaran. Maka dari itu Ummi *online shop* perlu melakukan strategi pengembangan bisnis yang baik dan tertata, serta memperluas jaringan dengan melakukan promosi menggunakan media sosial lainnya seperti, Instagram, facebook, ataupun dengan membuka toko di *E-commerce*.

Strategi pemasaran yang dilakukan Ummi *online shop* adalah dengan mempromosikan barang jualan melalui *instagram* dan *whatsapp*. Selain dari *instagram* dan *whatsapp*, Ummi *online shop* juga memanfaatkan saudara dan teman-teman untuk ikut mempromosikan dari mulut ke mulut. Menurut wawancara dengan pemilik usaha cara tersebut berpengaruh tapi belum signifikan dalam penjualan, sehingga jangkauan

penjualan belum merambah lebih luas. Sehingga diperlukan cara yang lebih signifikan untuk meningkatkan penjualan.

Dalam sistem jual beli sehari-hari Ummi *online shop* belum menerapkan strategi pengembangan menggunakan perspektif ekonomi Islam. Dalam ekonomi Islam, hendaknya menggunakan strategi pengembangan bisnis yang tertata. Contohnya dengan membangun merk atau produk dengan citra yang baik agar menumbuhkan kepercayaan dalam masyarakat. Selain itu juga harus membangun jaringan dan relasi yang baik serta mempunyai keahlian dalam diplomasi dan negosiasi. Dalam melakukan bisnis hendaknya mempunyai sifat shiddiq, amanah, fathanah, tabligh. Shiddiq berarti jujur, jadi sebagai penjual hendaknya mengiklankan produknya sebagaimana adanya dan tidak memasarkan produk yang tidak sesuai dengan yang di iklankan. Amanah berarti dapat di percaya, sebagai penjual hendaknya tidak menambah atau mengurangi dari yang seharusnya sudah di sepakati. Fathanah berarti cerdas atau cakap, yaitu seorang pembisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggung jawab bisnisnya dengan baik.<sup>9</sup> Tabligh artinya menyampaikan atau keunggulan produk yang dijualnya dengan menarik tanpa harus meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

Ummi *online shop* dalam melakukan penjualan belum mencapai target penjualan dikarenakan Ummi *online shop* belum mempunyai strategi pengembangan bisnis yang sempurna. Munculnya *online shop* baru yang lebih menguasai media sosial dan memiliki strategi pengembangan bisnis yang tertata, membuat Ummi *online shop* sedikit terlambat dalam melakukan strategi penjualan. Kurangnya media sosial yang digunakan menghambat Ummi *online shop* dalam melakukan promosi penjualan.

---

<sup>9</sup> Yahya Aqil Barqi, "Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha", *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Volume 5, (2020)

Dalam penelitian skripsi ini menggunakan model *Miles* dan *Hubberman* yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Penelitian ini dilakukan untuk memecahkan masalah terkait bagaimana menemukan cara untuk membantu strategi pengembangan bisnis pada *Ummi online shop* Ngawi. Untuk memecahkan masalah dan hambatan serta kesulitan yang dialami oleh *Ummi online shop* Ngawi, maka diperlukan beberapa strategi yang baik. Pemilihan tempat penelitian sendiri sudah ditentukan dengan matang, karena dengan ditentukannya lokasi penelitian tersebut maka akan mempermudah jalannya penelitian. Lokasi *Ummi online shop* Ngawi dipilih karena memiliki potensi yang besar untuk memajukan perekonomian, karena memiliki owner yang ramah serta produk yang dijual beragam dan harganya terjangkau. Namun, disisi lain *Ummi online shop* Ngawi belum begitu mengenal media sosial. Maka dari itu peneliti bergerak untuk mengetahui bagaimana cara pengembangan bisnis tersebut agar tetap maju dan berkembang pesat.

Sebagai salah satu usaha yang sudah mulai berkembang di ngawi, bahkan di seluruh Indonesia maka perlu melakukan strategi pengembangan bisnis dengan melihat peluang-peluang yang ada dan menelaah permasalahan yang ada disekitar. Selain itu, agar usaha dapat berjalan dengan lancar hendaknya mencakup ajaran-ajaran ekonomi yang mengarah terhadap ajaran agama Islam Al-Quran, fiqh muamalah, dan sunnah<sup>10</sup> untuk menjauhkan riba dan gharar. Serta menggunakan sifat-sifat Rasulullah SAW yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathannah.

---

<sup>10</sup> Atik abidah, peran Al-Quran dan as-sunnah dalam perkembangan ekonomi syariah: kajian, peluang dan tantangan fintech syariah, 2022.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diajukan pertanyaan yang menjadi fokus penelitian, yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis *online shop* pada Umami *Online Shop* Ngawi?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam pada strategi pengembangan bisnis pada Umami *Online Shop* Ngawi?

## C. Tujuan

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis pada Umami *Online Shop* Ngawi
2. Untuk menganalisis bagaimana tinjauan ekonomi islam pada Umami *Online Shop* Ngawi

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana pentingnya strategi pengembangan bisnis dalam meningkatkan penjualan produk pada suatu usaha dengan menerapkan ilmu dan teori kedalam penelitian ini sehingga dapat bermanfaat bagi kalangan akademis maupun masyarakat umum.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan yang lebih luas sehingga kedepannya dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi.

- b. Bagi lembaga IAIN Ponorogo



Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak Institut Agama Islam Negeri Ponorogo serta mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk dijadikan sebagai penelitian berikutnya.

c. Bagi Perusahaan

Bagi usaha Ummi *online shop* dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis yang baik serta dapat mempelajari faktor apa saja yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk.

## E. Studi Penelitian Terdahulu

Penelitian yang relevan mencakup deskripsi sistematis dari temuan sebelumnya dari topik penelitian. Ada beberapa penelitian terkait dengan pertanyaan yang diajukan dalam pembahasan atau topik penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh juliani rahma yang berjudul strategi pemasaran pada toko kue dan roti matahari bengkulu (perspektif etika bisnis Islam). Hasil penelitian yang dilakukan oleh juliani rahma menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran pada toko kue dan roti matahari bengkulu belum memenuhi kriteria etika bisnis Islam yang baik, namun produknya mampu menjawab kebutuhan pelanggan dalam hal pangan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh juliani rahma dan yang akan diteliti yaitu sama-sama membahas masalah pemasaran yang mengarah perspektif

ekonomi Islam. Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh juliani rahma lebih fokus pada pemasaran *offline*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai pemasaran yang berfokus pada pemasaran *online*.<sup>11</sup>

2. Skripsi yang ditulis oleh Isnawati yang berjudul online shop (studi kasus budaya konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pembelian barang melalui online shop sangat mempengaruhi budaya konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar karena mudah, murah, dan praktis. Namun masih banyak kekhawatiran mahasiswa karena maraknya penipuan dan pembelian yang tidak sesuai dengan yang di iklanlan atau yang ada dalam deskripsi produk. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai *online shop*. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini berfokus pada budaya konsumtif mahasiswa terhadap pembelian barang melalui online shop. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi pengembangan bisnis *online shop*.<sup>12</sup>
3. Skripsi yang ditulis oleh Dwi Oktaviani Pratiwi yang berjudul strategi pemasaran produk *fashion* secara *online* pada pelanggan mataharimall.com di kot Bengkulu (perspektif ekonomi Islam). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa mataharimall.com di Bengkulu sudah melakukan transaksi secara islami dengan tidak menerapkan maisir, gharar, riba, haram, dan bathil. Namun mataharimall.com belum memiliki tenaga ahli dalam bidang pemasaran secara

---

<sup>11</sup> Rahma, Juliani, Strategi Pemasaran pada Toko Kue dan Roti Matahari Bengkulu (perspektif etika bisnis Islam), skripsi, Bengkulu.

<sup>12</sup> Isnawati, Online Shop (studi kasus budaya konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar), skripsi. Makassar: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, 2019.

*online* sehingga dapat menghambat kemajuan dan kemudahan dalam penjualan. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu samasama membahas mengenai pemasaran dengan menggunakan kaidah-kaidah ekonomi Islam. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan yaitu penelitian ini berfokus pada tenaga ahli yang bisa menunjang penjualan dalam menggunakan media sosial. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada penggunaan media sosial untuk menunjang kemajuan dan kelancaran dalam promosi pada penjualan.<sup>13</sup>

4. Skripsi yang ditulis oleh delia destria yang berjudul pengaruh *online shop* pada media sosial instagram dan intensitas penggunaan *isntagram* terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa *online shop* dalam media sosial instagram dan intensitas pemakaian instagram dengan bersamaan memberikan pengaruh positif signifikan pada pelaku konsumtif berdasarkan perspektif ekonomi Islam pada mahasiswa FEBI UIN Ar Raniry Banda Aceh. Namun dengan adanya kemudahan *online shop* melalui *instagram* mahasiswa menjadi sangat konsumtif terhadap perilaku belanja mahasiswa. Persamaan penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai *online shop* dalam perspektif ekonomi Islam. Perbedaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan yaitu bahwa penelitian ini berfokus pada budaya konsumtif mahasiswa terhadap belanja online melalui media sosial

---

<sup>13</sup> Oktaviani, dwi, strategi pemasaran produk *fashion* secara *online* pada pelanggan mataharimall.com di kot bengkulu (perspektif ekonomi Islam), skripsi, bengkulu.

*instagram*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi pengembangan bisnis *online shop*.<sup>14</sup>

5. Skripsi yang ditulis oleh lisa arnita yang berjudul analisis faktor yang mendorong belanja *online* pada mahasiswa program studi administrasi bisnis universitas muhammadiyah mataram. Hasil penelitian ini adalah bahwa hasil yang mempengaruhi besarnya belanja online yaitu dengan harga yang lebih terjangkau, barang lebih bervariasi, dan mudah. Namun masih kurang kreatif dalam menjalankan bisnisnya sehingga dapat menghambat penjualan dan promosi. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu samasama membahas mengenai *online shop*. Perbedaan pada penelitian ini dan yang akan dilakukan adalah bahwa penelitian ini berfokus pada faktor pendorong mahasiswa dalam melakukan belanja *online*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi pengembangan bisnis *online shop*.<sup>15</sup>
6. Skripsi yang ditulis oleh nur khuzaimah yang berjudul jual beli *online* dengan *dropshipping* dalam perspektif fiqih muamalah (studi kasus pada mahasiswa angkatan 2015 IAIN metro). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan jual beli secara online secara *dropshipping* yang dilakukan oleh mahasiswa angkatan 2015 belum sepenuhnya mencakup fiqih muamalah. Namun teknik *dropshipping* ini mampu menjadi jalan pintas mahasiswa dalam berbelanja karena produk yang tidak pasaran dan berbagai jenis produk yang dijual. Persamaan pada penelitian ini

---

<sup>14</sup> Delia destria, pengaruh online shop pada media sosial instagram dan intensitas penggunaan instagram terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi islam. Skripsi. Banda aceh: fakultas ekonomi dan bisnis islam, 2022.

<sup>15</sup> Arnita, lisa, analisis faktor yang mendorong belanja *online* pada mahasiswa program studi administrasi bisnis universitas muhammadiyah mataram. Skripsi. Mataram.

dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai jual beli online dalam perspektif ekonomi Islam atau fiqh muamalah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah bahwa penelitian ini berfokus pada sistem *dropshipping* dalam penjualan *online*.

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pengembangan bisnis

atau pemasaran bisnis.<sup>17</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

#### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian dalam kasus ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian jenis lapangan merupakan jenis penelitian yang paling banyak diintegrasikan dengan penelitian terapan. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan berada langsung pada objeknya, terutama dalam usaha mengumpulkan data dan berbagai informasi. Dengan kata lain peneliti turun atau berada langsung di lapangan yang mengalami masalah atau yang akan diperbaiki.<sup>18</sup>

Peneliti terjun langsung untuk melakukan penelitian ke lapangan pada usaha Umami *online shop* yang dimiliki oleh ibu Sri Puji Lestari yang berlokasi di Padas, Jururejo, Ngawi. Yang bertujuan untuk mengetahui strategi

<sup>17</sup> Nur, Khuzaimah, jual beli online dengan dropshipping perspektif fiqh muamalah, skripsi. Metro: fakultas ekonomi dan bisnis Islam, 2019.

- <sup>18</sup> Fristina irina, *metode penelitian terapan* (yogyakarta: parama ilmu: 2017), 32.  
 pengembangan bisnisnya karena peneliti akan menemukan jawaban-jawaban dari permasalahan yang ada di lapangan secara jelas.

#### b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjektif yang diteliti.

*Creswell*, menyatakan bahwa penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.<sup>16</sup>

## 2. Sumber Data

Dalam penelitian yang dilakukan di Ummy *online shop* padas, jururejo, ngawi ini, peneliti menggunakan sumber data tematik: sumber data primer dan sekunder. Untuk mengumpulkan sumber data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sebagai berikut:

#### a. Sumber data primer

---

<sup>16</sup> Juliansyah noor, *metodologi penelitian* (jakarta: kencana penada media group, 2012), 33-34.

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari data utama. Untuk mendapatkan sumber data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.<sup>17</sup>

Pada sumber data primer ini peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, atau penentuan sampel dengan pertimbangan karakteristik tertentu pada subjek penelitian yang akan diteliti.<sup>18</sup><sup>19</sup> Sumber data primer diperoleh langsung dari pemilik usaha yang diteliti, 2 orang karyawan dan 3 orang reseller. Adapun kriteria yang ditentukan pada sampel adalah pembeli produk makanan ringan dan pakaian dalam jumlah banyak yang akan dijual kembali, dan pembeli tetap yang membeli produk makanan ringan dan pakaian lebih dari 3 kali.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang berisi hasil penelitian atau tulisan yang dipublikasikan oleh penulis yang tidak secara langsung melakukan penelitian atau bukan penemu teori. Contoh sumber data sekunder seperti buku, bacaan, dan ensiklopedia.<sup>22</sup>

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen, buku-buku, jurnal, *e-book*, dan lainnya.

---

<sup>17</sup> Kumba digdoweseso, *metodologi penelitian ekonomi dan bisnis* (Jakarta selatan: lembaga penerbitan universitas nasional (LPU-UNAS), 2017), 157.

<sup>18</sup> Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: alfabeta, 2011), 85. <sup>22</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin, Kalimantan Selatan: Antasari Press, 2011),

<sup>19</sup> .

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan penting dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama survei adalah untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Data dikumpulkan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengajukan jumlah pertanyaan secara langsung kepada pemilik usaha yang diteliti. Teknik wawancara dapat pula diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan data dengan bertanya langsung secara tatap muka dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur dimana hanya pokok-pokok masalah yang dipersiapkan sementara pertanyaannya di tanyakan pada saat terjadi wawancara, sehingga bukan perangkat ilmiah yang di ucapkan sama persis untuk setiap wawancara, namun ada beberapa pertanyaan umum untuk mengejar cakupan topik yang luas.<sup>20</sup>

Untuk mendapat gambaran permasalahan yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait dengan mempersiapkan pertanyaan yang ingin di tanyakan kepada pelaku usaha yaitu ibu sri puji lestari, 2 orang karyawan yang bernama ibu inge dan ibu nafik, serta 3 orang reseller.

---

<sup>20</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012), 214.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen yang tertulis maupun terekam. Dokumen dapat berupa foto dan surat.<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi untuk mengumpulkan data yang sifatnya dokumenter seperti foto wawancara, foto pemasaran makanan dan pakaian, serta foto lokasi ummi online shop ngawi.

#### 4. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan standar kebenaran suatu data hasil penelitian yang lebih menekankan pada data dari pada sikap dan jumlah orang. Dalam penelitian kualitatif yang di uji adalah datanya. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dengan melakukan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah proses pengujian untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data. Data dari berbagai sumber data itu nantinya di deskripsikan, dikategorikan mana yang berpandangan sama, dan mana yang spesifik dari sumber-sumber data itu, dan tidak bisa dirata-ratakan seperti yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif. Setelah menghasilkan kesimpulan hasil, selanjutnya diminta kesepakatan dengan sumber-sumber data tersebut. Triangulasi melalui sumber

---

<sup>21</sup> Noor, *Metodologi Penelitian*, 75.

data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber perolehan data.<sup>22</sup>

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti wawancara pemilik usaha, survei lapangan, observasi tempat, serta wawancara karyawan.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan membahas dan memahami data guna menemukan makna, tafsiran dan kesimpulan tertentu dari keseluruhan data dalam penelitian. Analisis data dapat juga dimaknai sebagai proses menyikapi data, menyusun, memilah dan mengolahnya ke dalam suatu susunan yang sistematis dan bermakna. Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dipahami dengan mudah, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>23</sup>

Teknik analisis data merupakan teknik yang digunakan untuk melakukan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Yang dimaksud dengan interpretasi data di sini adalah memberi arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Sapto Haryoko, Bahartiar, Dan Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, Dan Prosedur Analisis)* (Makassar: Badan Penerbit, 2020), 414.

<sup>23</sup> Sirajuddin Saleh, *Analisi Data Kualitatif* (Makassar: Pustaka Ramadhan, Bandung, 2017), 74-75.

<sup>24</sup> Noor, *Metodologi Penelitian*, 92.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif lapangan yang bertujuan untuk memahami, menjelaskan, bahkan menjelaskan fenomena sosial yang ada. Penelitian kualitatif berusaha untuk menjelaskan realitas atau fenomena yang ada di masyarakat dari sudut pandang pemberi informasi atau mereka yang terlibat dalam penelitian, dengan mengumpulkan data melalui wawancara, dan analisis dokumen.<sup>25</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pola pikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa asli, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.<sup>26</sup> Selain itu peneliti juga menggunakan teori dan konsep ekonomi islam agar seimbang dalam pengaplikasian nya.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **Strategi Pengembangan Bisnis *Online Shop* Pada Ummi *Online Shop* Ngawi**

#### **Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

##### **A. Strategi Pengembangan Bisnis *Online Shop***

##### **1. Pengertian Strategi Pengembangan Bisnis**

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu tujuan, perencanaan perusahaan untuk melihat kesempatan bisnis ditengah pasar dan mempertahankan

---

<sup>25</sup> Digdowiseso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 20.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 152.

kelangsungan bisnis agar mencapai kesuksesan dan keberhasilan di waktu yang akan datang.<sup>27</sup> Menurut *morrisey*, strategi merupakan suatu proses yang digunakan untuk menentukan arah yang harus dituju oleh suatu usaha atau bisnis agar tercapai misi. Strategi adalah proses untuk membantu organisasi dalam megidentifikasi siapa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai.<sup>2829</sup>

Pengembangan bisnis atau usaha merupakan suatu tanggung jawab dari pengusaha atau produsen untuk berpandangan dan mempunyai motivasi yang baik kedepannya. Dalam islam pengembangan merupakan suatu proses kerja cermat dalam merubah suatu keadaan menjadi lebih baik dan lebih luas dari sebelumnya.

## 21

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis merupakan suatu penentu arah atau tujuan perusahaan untuk mendapat motivasi agar dapat

---

<sup>27</sup> Joko, Purnomo, *Strategi Pengembangan Bisnis Bibit Tanaman Hutan* (Bogor: 2008)

<sup>28</sup> Jamaluddin, *Manajemen Stratejik Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam* (Penerbit Adab:

<sup>29</sup> ), 7.

memenuhi segala kebutuhan dan memperoleh rizki yang lebih baik daei sebelumnya.<sup>30</sup>

## 2. Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Islam

Strategi pengembangan usaha atau bisnis merupakan suatu rangkaian rencana pengolahan suatu usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan yang ditetapkan atau untuk memainkan manajemen rencana untuk mengintai pasar.<sup>33</sup> Dalam menyusun strategi pengembangan bisnis jika dilihat dari perspektif ekonomi Islam menekankan pada wilayah hukum syara' halal dan haram. Hal tersebut juga harus dilihat dari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang diantaranya, segala sesuatu pada dasarnya itu boleh, untuk membuat absah dan untuk melarang hak Alloh semata, melarang yang halal dan mmeperbolehkan hal yang haram merupakan hal yang syirik, dan hal-hal yang meragukan seharusnya dihindari.<sup>31</sup>

Prospek ekonomi Islam semakin cerah. Bisnis ekonomi Islam berpeluang tumbuh dengan pasar terutama di negara Indonesia yang merupakan negara dengan populasi umat muslim yang sangat besar. Kondisi perekonomian Indonesia juga semakin membaik ditengah tekanan global, namun dibalik itu juga harus ada faktor pendukung lainnya agar pengembangan ekonomi Islam lebih berkembang pesat dan semakin besar. Tantangan dalam pengembangan ekonomi Islam di indonesia secara komprehesif adalah mengintegrasikan aspek ekonomi, keuangan, sosial,

---

<sup>30</sup> Katarina, Suryati, *Analisis Pengembangan Usaha Fany Cake N'bakery Salatiga* (Salatiga: 2018) <sup>33</sup> Arthur A. Thomson, *Strategi* (Newyork: Irwin , 2004), 3.

<sup>31</sup> Nurul, Khadimah, *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis Swot Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprrei Lukis Bali "Mustika" Di Kabupaten Batang* (Semarang: 2019), 26.

dan juga politik. Pengembangan ekonomi Islam hendaknya juga menggunakan cara yang baik sesuai dengan kaidah yang terdapat dalam islam.<sup>32</sup>

Dalam islam, transaksi harus terjadi secara suka rela, sebagaimana tuntunan dalam Al-Quran. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad SAW berhasil dalam melakukan bisnis, yaitu:

1) Shiddiq

Shiddiq berarti jujur atau benar dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan kejujuran dalam menginformasikan produknya dan meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Dalam hal ini, hendaknya pembisnis selalu jujur dalam menginfokan detail produk yang dijual agar pelanggan tidak kecewa.

2) Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya, dalam konteks ini amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau yang telah disepakati. Saat menjadi pedagang Nabi Muhammad SAW selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang. Dalam hal ini hendaknya pembisnis selalu amanah, tidak ada terjadinya korupsi atau pengurangan jumlah barang dalam transaksi.

3) Fathanah

---

<sup>32</sup> Batunanggar, *Financial Development And Financial Stability: Indonesia Experience. Paper Presented At 2nd Organisation Of Islamic Cooperation Expert Working Group Central Banking And Financial Sector Development*, Kuala Lumpur 2012.

Fathanah berarti cakap atau cerdas, pembisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggung jawab bisnisnya dengan baik.<sup>33</sup> Dalam hal ini pembisnis harus cerdas dalam penyampaian bisnisnya agar pelanggan dapat meyakini dan percaya akan kualitas barang yang dijual.

#### 4) Tabligh

Tabligh berarti menyampaikan atau komunikatif, jika seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

### B. Online Shop

#### 1. Pengertian *Online Shop*

*Online shop* merupakan toko dengan terobosan baru yang menggunakan media sosial dalam pemasaran produknya. *Online shop* merupakan toko dengan basis digital yang berdiri secara mandiri dalam mengelola usaha. Kenapa disebut mandiri? Karena pemilik toko harus mengelola dan membuat *website* penjualannya sendiri. Hal ini merupakan salah satu solusi yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi agar manusia bisa berkembang dan memulai membuka lahan bisnis secara digital dan lebih fleksibel.

*Online shop* merupakan toko dengan sarana yang mudah dan murah untuk melakukan transaksi jual beli. Selain mudah dan murah, barang yang di jual oleh *online shop* sangat beragam dan bermacam-macam. Seperti

---

<sup>33</sup> Yahya Aqil Barqi, "Etika Bisnis (Pelaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha", Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Volume 5, 2020.

produk fashion, makanan, kebutuhan sekolah, kebutuhan rumah tangga dan masih banyak lagi. Toko online sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet.<sup>34</sup>

*Online shop* masuk terhadap jenis pemasaran terpadu karena cara pemasaran dan promosi melalui media sosial.<sup>35</sup> Dengan menggunakan platform pada media sosial membantu pemasar digital mengelola aktivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh suatu bisnis.

*Online shop* merupakan toko yang semua proses transaksinya terjadi secara online melalui *e-commers*, jadi pembeli dan pelanggan tidak melakukan transaksi secara tatap muka secara langsung. Disini pembeli disediakan barang melalui display yang tertera di *e-commers* yang dipakai penjual sebagai gambaran barang yang akan di beli. Ketika pembeli sudah mengetahui apa yang akan dibeli maka transaksi bisa di lakukan secara virtual secara kesepakatan antara ke dua belah pihak. Selain itu, pembayaran bisa di lakukan melalui dompet digital seperti *ovo*, *dana*, *shoope pay*, maupun melalui *mobile banking*. Namun, selain pembayaran tersebut saat ini juga bisa di lakukan pembayaran secara COD (*cash on delivery*) atau pembayaran di tempat ketika barang sudah sampai di tangan pembeli.

---

<sup>34</sup> Muhammad Yusuf Dan Ahmad Yusuf. *1 Jam Membuat Toko Online Dengan Joomla! Virtuemart*, (Yogyakarta: Expert 2012), 1.

<sup>35</sup> Efendi, Nur Muhammad, Luhur Prasetyo, Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Peningkatan Potensi Pasar Rakyat di Kota Madiun, 2022.

*Online shop* atau *e-commers* adalah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. Menurut mujiyana dan elisa *online shop* adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan realtime tanpa suatu media perantara yaitu media internet.

## 2. Kelebihan *Online Shop*

*Online shop* merupakan toko melalui media digital yang memberikan kemudahan pada penjual dan pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli. Kelebihan *online shop* dibanding toko konvensional diantaranya yaitu<sup>36</sup>:

### a. Modal untuk membuka toko online relatif kecil.

*Online shop* memiliki modal yang relatif kecil karena tidak perlu membuka tempat secara *offline*. Jadi tidak perlu biaya sewa tempat, sewa barang, dll. Untuk menjalankan *online shop* cukup

---

<sup>36</sup> Desra, toko offline vs online: kelebihan dan kekurangannya yang harus diketahui. Mekari jurnal, 2025.

dengan handphone atau laptop dalam akses penjualan.

- b. Toko konvensional memiliki biaya operasinonal yang sangat tinggi, sehingga toko online lebih di pilih pada saat ini karena meiliki biaya yang lebih murah.
- c. *Online shop* buka 24 jam

Toko online mayoritas memiliki jam buka yang lebih panjang dari toko konvensional. Jadi pembeli bisa mengakses kapan saja dan di mana saja.

- d. Proses transaksi cepat dan mudah.

Pada toko online konsumen dapat mencari dan melihat barang dan katalog produk dengan lebih cepat karena hanya perlu duduk dengan melihat barang dari *e-commers* yang ada pada di gadget. Kalau pada toko konvensional, pembeli harus me ncari barang satu -satu mengelilingi toko.

- e. Pada toko online, konsumen dapat mengakses beberapa toko online secara bersamaan, sehingga konsumen dapat membandingkan barang dan harga secara rinci antara toko online satu dengan lainnya.<sup>37</sup>
- f. Bisa dikerjakan siapa saja.

Dalam artian pelaku *online shop* tidak memerlukan dokumen legalitas khusus dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, juga bisa di akses dan dijalankan oleh semua orang termasuk pelajar, mahasiswa,

---

<sup>37</sup> Isnawati, *Online Shop* (Universitas Muhammadiyah Makasar) 2019.

ibu rumah tangga, maupun pekerja lepas. Asalkan mempunyai skill, inovasi dan strategi yang menarik dipastikan akan maju.

g. Media promosi lebih menarik.

Jika toko konvensional memiliki media promosi melalui baleho, banner atau spanduk yang di pasang, maka toko online memiliki media promosi yang lebih menarik melalui *website*, media sosial, atau fitur-fitur canggih lainnya.

Dengan kelebihan-kelebihan tersebut, maka toko online akan lebih unggul dari toko konvensional karena toko online tidak monoton dan ketinggalan jaman. Toko online akan semakin banyak inovasi dan semakin maju dalam perkembangannya.

### 3. Kekurangan *Online Shop*<sup>38</sup>

Dengan kelebihan-kelebihan yang di miliki oleh *online shop*, namun di balik itu juga ada beberapa kekurangan yang harus diperhatikan oleh pelaku *online shop*. Kekurangan-kekurangan tersebut diantaranya yaitu:

a. Membutuhkan skill dan pengetahuan.

Walaupun *online shop* tidak memerlukan ijazah dan dokumen khusus untuk membuka usaha tersebut, namun diperlukan skill dan pengetahuan yang bagus agar usaha *online shop* dapat berjalan dengan baik. Pengetahuan tentang perkembangan teknologi juga harus terus berkembang, agar tidak tertinggal dengan usaha online shop lainnya.

---

<sup>38</sup> ibid

b. Adanya persaingan yang cukup ketat.

*Online shop* di Indonesia sangat banyak diminati oleh masyarakat, sehingga banyak yang mencoba peruntungan di dunia perdagangan online. Dengan semakin banyaknya toko online yang ada, maka persaingan yang terjadi akan semakin ketat. Hal itu dapat diatasi dengan membangun ciri khas masing-masing toko dan membuat inovasi yang terbaru serta selalu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju.

c. Sulit membangun kepercayaan konsumen.

Tantangan yang paling besar pelaku *online shop* adalah membangun kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung tidak mempercayai *online shop* yang masih sepi atau belum banyak memiliki transaksi penjualan. Mereka menganggap toko yang masih sepi tidak memiliki barang yang bagus sesuai dengan deskripsi. Solusi dari masalah tersebut yaitu dengan mengajak keluarga atau teman untuk membeli dagangan anda, serta meminta untuk memberikan testimoni untuk ditampilkan di toko online agar pelanggan dapat percaya.

d. Maraknya penipuan.

Walaupun sudah banyak *online shop* yang terpercaya, namun masih ada juga yang melakukan penipuan terhadap konsumen. Mulai dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera di *e-commers*, hingga mengirimkan barang yang bukan di pesan oleh pembeli. Hal itu yang membuat banyak pembeli ragu untuk melakukan belanja secara online.

- e. Biaya tambahan yang tidak sedikit.

Biaya tambahan untuk suatu *online shop* cenderung besar. Di mulai dari pengemasan, pengiriman, dan modal. Pengiriman akan membutuhkan pengemasan yang lebih proper ketika pengiriman dengan jarak yang semakin jauh, sehingga membutuhkan biaya tambahan yang relatif semakin tinggi.

#### 4. Manfaat *Online Shop*

Adapun manfaat *online shop* dibagi menjadi dua, yaitu manfaat bagi pembeli dan manfaat bagi penjual:

- a. Manfaat bagi pembeli:

- 1) Mudah mendapat barang

Selain manfaat bagi penjual, pembeli juga mendapat manfaat yang banyak dengan adanya *online shop*. Salah satunya dengan

mendapat barang dengan mudah. Sebagai contoh, sebelum marak *online shop* di kalangan masyarakat maka pembeli harus pergi ke mall atau pasar untuk mendapat barang yang diinginkan. Harus berdesak-desakan dan macet akan membuat pembeli tidak nyaman.

Setelah muncul *online shop* di tengah masyarakat, jadi memudahkan masyarakat dalam berbelanja. Tidak harus berdesak-desakan dan bermacam-macetan, cukup dengan membuka *website* atau *e-commers* melalui gadget yang dimiliki masyarakat dapat membeli barang dengan mudah dan sangat praktis. Ini yang menjadikan *online shop* semakin familiar di tengah masyarakat.

## 2) Cepat mendapat barang

Selain mudah dalam mendapat barang, keuntungan lainnya yaitu pembeli cepat dalam mendapat barang yang diinginkan. Ketika pembeli susah mendapat barang yang diinginkan di sekitarnya, maka di *e-commers* dapat dengan mudah dan cepat menemukan barang tersebut. Bahkan dengan variasi dan jenis yang beragam dapat ditemui.

## 3) Bisa mendapat harga lebih murah

Salah satu alasan banyak masyarakat melakukan transaksi

melalui *online shop* yaitu adanya harga yang lebih murah di bandingkan dengan toko *offline*. Bahkan satu toko dengan toko lainnya dengan barang yang sama bisa mendapat harga yang berbeda. Promo yang tertera pada toko juga dapat mempengaruhi murahnya harga barang.

4) Nyaman dengan belanja di rumah

Dengan adanya *online shop*, pembeli dapat membeli barang hanya dengan dari rumah. Dengan membuka *website e-commers* yang di tuju maka akan mendapati barang yang di inginkan atau akan di beli. Pembeli tidak perlu jauh -jauh pergi keluar untuk membeli barang, cukup dengan pencarian di *e-commers* maka semua akan tersedia.

5) Banyak pilihan barang

Salah satu manfaat besar bagi pembeli yaitu *online shop* menyediakan banyak pilihan barang yang beragam. Pembeli dapat dengan bebas mencari dan memilih produk yang di inginkan, serta dapat membaca spesifikasi barang yang di jual secara gamblang. Dalam *online shop*, banyak barang dengan spesifikasi bermacam-macam dan harga yang bermacam-macam. Jadi, pembeli dapat menentukan pilihan sesuai dengan *budget* yang di miliki dan sesuai dengan keinginan.

Sebagai contoh pecinta kuliner akan mencari berbagai jenis camilan dan makanan dari berbagai daerah bahkan berbagai

negara, maka *online shop* banyak yang menyediakan barang-barang tersebut. Pembeli dapat memilih dan mencari makanan yang di inginkan dengan berbagai harga dan jenis.

a. Manfaat bagi penjual:

1) Jangkauan pasar yang luas bagi penjual

Manfaat yang pertama yaitu *online shop* memiliki jangkauan penjualan yang sangat luas. Jangkauan wilayah *online shop* dari mulai pelosok desa sampai dengan kota, bahkan bisa mencapai jangkauan internasional. Artinya penjual dapat memasarkan produk dengan jangkauan wilayah yang luas. Hal ini dapat memberikan peluang bagi penjual untuk mendapat pelanggan dari berbagai wilayah.

Dampak dari jangkauan wilayah yang lebih luas yaitu penjual dapat mendapat kesuksesan yang lebih. Di banding dengan toko offline yang jangkauannya hanya masyarakat sekitar dan masyarakat lokal, toko online dapat menembus jangkauan ke dalam ranah pasar internasional.

2) *Online shop* memberikan kemudahan bagi siapa saja yang ingin memulainya

*Online shop* merupakan bisnis yang di mulai dengan modal yang sederhana, hanya dengan bermodalkan *handphone* atau *gadget* lainnya maka siapa saja dapat menjalankan *online shop*. *Online shop* merupakan toko berbasis online yang sangat praktis dan mudah dalam memulainya. Kemudian kemudahan lainnya

yaitu dari segi tempat dan sarana.

Dalam memulai bisnis online tempat tidak terlalu penting untuk di perhatikan, karena dapat menggunakan bagian dari rumah untuk menjalankan bisnis tersebut. Bisnis *online shop* tidak memerlukan lapak offline, maka dari itu sangat mudah dan praktis. Beda dengan toko konvensional, harus memerlukan lapak dan sarana yang proper dalam melakukan bisnisnya.

### 3) Bisnis online memberikan peluang bagi pemilik modal kecil

Bisnis online sangat cocok bagi seseorang yang ingin menjalankan bisnisnya dengan modal kecil, karena hanya dengan modal handphone dan paket data sudah bisa memasarkan produk. Maka dari itu banyak masyarakat yang memilih terjun ke dunia bisnis online sebagai *resseler* atau *dropshipper* karena tidak memerlukan modal yang tinggi.

Operasional toko online dapat berlangsung menggunakan internet. Penjual hanya perlu memasarkan produk melalui *platform e-commers* yang di sediakan. Jika pembeli menginginkan produk yang dijual, maka akan terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak yang bersangkutan.<sup>39</sup>

Bisnis *online shop* juga sangat cocok bagi mahasiswa atau pelajar yang ingin mendapatkan penghasilan walaupun masih mengenyam pendidikan. Karena tidak memerlukan modal besar

---

<sup>39</sup> Sarlina Sari, *KEWIRAUSAHAAN*, (Mega Press Nusantara: 2024), 363.

dan tempat serta sarana untuk menjalankan bisnis online. Cukup dengan gadget dan jaringan internet maka bisnis online dapat di jalankan.

#### 4) Bisa di kerjakan dengan pekerjaan lain

Bagi pemilik usaha bisnis online tidak perlu pergi bekerja pagi-pagi dan menggunakan sragam wajib untuk bekerja. Bisnis online bisa di sambu dengan pekerjaan lain, selama dapat mengatur waktu untuk tetap menjawab dan merespon pertanyaan-pertanyaan dari *customer*. Selain menjadi pekerjaan tambahan, bisnis online dapat menjadi backup dalam mendapat penghasilan lebih.

Selain di sambu menjalankan pekerjaan utama, *online shop* dapat di sambu dengan melakukan pekerjaan rumah, sekolah maupun kegiatan lainnya. Syaratnya hanya konsisten dan responsif terhadap customer, agar *customer* mendapatkan kepuasan dan kesenangan dalam melakukan transaksi pembelian.

### C. Pengertian Ekonomi Islam

Islam merumuskan suatu sistem ekonomi yang berbeda dari sistem sistem lainnya. Hal ini karena ekonomi Islam memiliki akar dari syariah yang menjadi sumber dan panduan bagi setiap muslim dalam melaksanakan aktivitasnya. Islam mempunyai tujuan-tujuan syariah (*maqosid asy-syariah*) serta petunjuk operasional untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan-tujuan itu sendiri selain mengacu pada kepentingan manusia untuk mencapai

kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik, juga memiliki nilai yang sangat penting bagi persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi, serta menurut tingkat kepuasan yang seimbang antara kepuasan materi dan ruhani.<sup>40</sup>

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam masalah ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam dalam setiap aktivitasnya.<sup>41</sup> Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang diatur berdasarkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam yang berasal dari Al-Quran, hadits, ijma', dan qiyas. Ekonomi Islam berfokus pada pencapaian kesejahteraan manusia (falah) di dunia dan di akhirat melalui pengelolaan sumber daya yang adil dan sesuai dengan syariat Islam. Dalam ekonomi Islam, kegiatan ekonomi bertujuan untuk mendukung keadilan sosial, distribusi kekayaan yang merata dan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat.<sup>42</sup>

Ekonomi Islam adalah disiplin ilmu yang bertujuan merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang adil, efisien, dan berkelanjutan dengan tetap mematuhi nilai-nilai Islam dan batasan syariah. Menurut Mannan, ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat muslim berdasarkan nilai-nilai yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Kurniasih Setyagustina, Dkk, *Pasar Modal Syariah* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), 1.

<sup>41</sup> Ibid

<sup>42</sup> Ihwan Sugiarto, *Pengantar Ekonomi Islam* (Cv. Intake Pustaka:2025), 1.

<sup>43</sup> Mannan, *Islamic Economics: Theory And Practice* (Kuba Publishing: 1997).

Kata ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga (*house hold*), sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, hingga negara. Oleh karena itu, ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana setiap rumah tangga atau masyarakat mengelola sumber daya yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan.

Adapun dalam pandangan Islam, ekonomi atau *iqtishad* berasal dari kata *qosdun* yang berarti keseimbangan (*equilibrium*) dan keadilan (*equally balanced*). Sistem ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktek sehari-hari bagi individu, keluarga, kelompok masyarakat, maupun pemerintah/penguasa dalam rangka mengorganisasikan faktor produksi, distribusi, dan pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan tunduk dalam peraturan Islam (*sunnatulloh*). Dengan demikian, sumber terpenting peraturan perekonomian Islam adalah Al-Quran, As-Sunnah, *ijma'*, dan *qiyas*. Dalam segala kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia harus sesuai dengan ketentuan Allah SWT, baik dalam hal jual beli, pinjam meminjam maupun investasi.<sup>44</sup>

#### **D. Prinsip Dasar Ekonomi Islam**

Setelah mengetahui pengertian ekonomi Islam, perlu juga mengetahui prinsip dasar apa saja yang ada pada ekonomi Islam. Di antaranya yaitu:

---

<sup>44</sup> Moh Nasuka, *Pengantar Ekonomi Islam* (UNISNU PRESS: 2023), 17-18.

1. Dalam ekonomi Islam, berbagai jenis sumber daya dianggap sebagai hadiah atau dipercayakan kepada manusia oleh tuhan. Manusia harus menggunakan seefisien mungkin dalam produksi untuk menjamin kesejahteraan umum dunia, yaitu untuk diri mereka sendiri dan orang lain. Namun yang terpenting adalah kegiatan tersebut akan dipertanggung jawabkan di akhirat.
2. Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu, termasuk kepemilikan alat-alat produksi dan faktor-faktor produksi. Pertama, kepemilikan pribadi dibatasi oleh kepentingan masyarakat, dan kedua, Islam menolak pendapatan yang secara ilegal apalagi setiap upaya untuk menumbangkan masyarakat.
3. Penggerak utama ekonomi Islam adalah kerjasama.
4. Pemilikan kekayaan pribadi harus berperan sebagai kapital produktif yang akan meningkatkan besaran produk nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, sistem ekonomi Islam menolak untuk mengakumulasi kekayaan yang dikendalikan oleh segelintir orang. Konsep ini berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis, dimana properti industri didominasi oleh monopoli dan oligarki, termasuk industri untuk kepentingan umum.
5. Islam menjamin milik umat dan direncanakan penggunaannya untuk kemaslahatan umat. Prinsip ini didasarkan pada sunnah Nabi yang menyatakan bahwa “setiap orang memiliki hak yang sama atas air, padang rumput dan api”. Rasulullah SAW mewajibkan semua industri pertambangan yang berkaitan dengan produksi air, bahan tambang, bahan

pangan, harus dijalankan negara. Demikian pula, jenis bahan bakar yang digunakan di rumah dan industri mungkin tidak dikendalikan oleh

individu.<sup>48</sup>

6. Islam melarang segala bentuk pembayaran bunga (riba) atas segala bentuk pinjaman, baik pinjaman itu berasal dari teman, perusahaan milik sendiri, pemerintah atau organisasi lain. Al-Quran secara bertahap tapi jelas dan pasti memperingatkan kita terhadap bunga.<sup>49</sup>



<sup>48</sup> Ibid, 20.

<sup>49</sup> Ernantika Devi, luhur prasetyo, ajaran masyarakat tanpa riba dalam pandangan sosiologi ilmu, 2022.

### BAB III

#### PAPARAN DATA

##### A. Gambaran Umum Ummi *Online Shop* Ngawi

###### 1. Sejarah berdirinya Ummi *online shop* ngawi

*Online shop* merupakan sebuah toko yang berbasis digital, karena pemasarannya melalui media sosial. Ummi *online shop* merupakan salah satu toko berbasis digital yang berada di Ngawi tepatnya di Padas, Jururejo, Ngawi Jawa Timur. Usaha Ummi *online shop* mulai berdiri pada tahun 2017, dimana pemilik usaha ini bernama Sri Puji Lestari atau biasa di kenal dengan sebutan mbak Tari. Sebelumnya, ibu Tari hanyalah mahasiswa di sebuah Universitas swasta yang berada di Madiun dan belum memiliki penghasilan. Oleh karena itu, beliau belum bisa mencukupi kebutuhan.

Awal mula usaha ini berdiri karena ibu Sri Puji Lestari memiliki tekad untuk membiayai dirinya sendiri dalam mengemban pendidikan di Universitas. Berawal ikut menjadi *resseler* dari *online shop* lain, hingga akhirnya pada 2017 mendirikan usaha *online shop* sendiri dengan apa adanya dan sederhana karena di kerjakan berdampingan dengan kuliah. Usaha *online shop* milik ibu Tari ini hanya beliau sendiri yang

menjalankannya, hingga lambat laun mulai dikenal oleh sekitar sehingga beliau berani merekrut satu orang untuk membantu packing.<sup>45</sup>

Usaha Ummi *online shop* semakin banyak dikenal masyarakat sekitar pada tahun 2019, melalui promosi dari *whatsapp* status dan dari mulut ke mulut. Pada 2019 Ummi *online shop* memberanikan untuk membuka gudang penyimpanan barang yang lebih besar di sebelah rumah pribadi yang di miliki. Selain itu Ummi *online shop* juga menambah jenis barang yang diperjual belikan, agar masyarakat lebih puas dalam memilih barang yang akan di beli.

Pada tahun 2021 Ummi *online shop* mulai mempromosikan barang yang dijual melalui *instagram*, sehingga semakin banyak yang mengetahui dan membeli produk yang dijual. Perkembangan Ummi *online shop* telah memberikan dampak yang signifikan bagi pembeli. Karena telah mengubah cara orang berbelanja menjadi lebih mudah dan praktis tanpa harus datang ke tempat penjualan secara langsung.

Pada pertengahan tahun 2022, Ummi *online shop* berhenti menggunakan *instagram* karena pemilik belum terlalu paham dan lancar dalam pengaplikasiannya. Mulai dari menggunakan link, promosi yang menarik, dan penamaan produk yang masih kurang bagus menjadi penghambat dalam promosi melalui media sosial *instagram*. Sehingga Ummi *online shop* memasarkan barang hanya melalui status *whatsapp* dan sesekali masih menggunakan media story *instagram*.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Sri Puji Lestari, wawancara, 10 April 2025.

<sup>46</sup> *ibid*

Bisnis *online shop* memiliki potensi besar untuk berkembang di Indonesia, terutama dengan semakin banyaknya pengguna internet dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. *Online shop* memberikan kemudahan bagi pembeli untuk berbelanja dari rumah, serta memberikan fleksibilitas bagi penjual dalam memasarkan produk dan menjangkau pelanggan potensial. Dengan demikian, untuk kemajuan bisnis *online shop* yang dijalankan harus memahami dan mengetahui strategi yang benar dan juga mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Ibu Tari selaku pemilik usaha Ummi *online shop*, menyatakan bahwa Ummi *online shop* masih tertinggal dalam hal pemasaran yang bagus. Mulai dari kurangnya strategi, dan kurangnya pemahaman mengenai promosi melalui media sosial yang ada. Namun kendati demikian, Ummi *online shop* akan terus belajar untuk mengikuti perkembangan yang ada pada zaman yang semakin modern ini.

## **2. Visi, Misi, Dan Tujuan Ummi Online Shop**

### **a. Visi Ummi *online shop***

Pusat *online shop* yang unggul dalam produk dan harga yang murah.

### **b. Misi Ummi *online shop***

- 1) Memberikan kemudahan dalam berbelanja.
- 2) Memberikan fleksibilitas dalam berbelanja.
- 3) Memberikan kemudahan, kemurahan, dan harga yang murah.

### **c. Tujuan Ummi *online shop***

Pelaksanaan jual beli secara online dengan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam transaksi jual beli. Serta memberikan fleksibilitas dalam penjualan dan pembelian.

## **B. Strategi Pengembangan Bisnis Ummi *Online Shop* Menurut Tinjauan Ekonomi Islam**

Usaha atau bisnis merupakan kegiatan menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harapan mendapatkan keuntungan melalui penciptaan nilai dan proses transaksi.<sup>47</sup> Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu proses yang sistematis untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan bisnis, melibatkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang berkelanjutan. Strategi ini mencakup berbagai aspek, meliputi pengembangan produk dan layanan, ekspansi pasar, hingga peningkatan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan. Strategi pengembangan bisnis yang efektif yaitu:

### **1. Manfaat teknologi**

Dalam melakukan strategi pengembangan bisnis, harus menggunakan teknologi yang kuat untuk mengotomatiskan tugas-tugas yang berulang dan meningkatkan efisiensi pekerjaan.

### **2. Membangun merek yang kuat**

Dalam usaha atau bisnis, branding yang baik akan membantu bisnis menonjol dipasaran dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan merk atau nama usaha yang menarik, tentu saja akan sangat menarik pelanggan dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli. Selain itu,

---

<sup>47</sup> Kartoyo, Proses Pengembangan Usaha, 2021. 1.

pelanggan akan merasa penasaran dengan merk atau nama usaha yang di paparkan. Nama yang unik akan menjadi kesan tersendiri bagi pelanggan.

### **3. Inovasi produk dan layanan**

Suatu usaha harus terus berinovasi dan memperbaiki produk dan promosi agar untuk meningkatkan kualitas suatu usaha. Selain berinovasi dan memperbaiki produk, harus meningkatkan layanan serta memenuhi kebutuhan pelanggan yang berubah-ubah seiring berjalannya waktu. Pengusaha harus responsif dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan aktif. Selain itu pengusaha harus bersikap ramah dalam pelayanan agar pelanggan tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan.

### **4. Ekspansi pasar**

Dalam suatu bisnis *online shop*, harus memperluas jaringan. Jaringan disini meliputi jaringan setempat, jaringan nasional, serta jaringan internasional. Jika suatu usaha *online shop* mampu menembus jaringan tersebut, maka dipastikan akan mendapat keuntungan dan kemajuan yang pesat. Namun untuk memasuki pasar baru juga butuh pertimbangan yang baik agar pasar tidak menurun, serta harus melakukan penelitian pasar yang mendalam untuk mengidentifikasi peluang ekspansi.

### **5. Content marketing**

Dalam melakukan *branding* suatu produk, usaha *online shop* membuat dan menyediakan konten-konten yang menarik dan relevan untuk meningkatkan *brand awareness*, menarik konsumen baru, serta untuk membangun kepercayaan konsumen.

## 6. Penggunaan media sosial

Usaha atau bisnis harus memanfaatkan media sosial atau *platform* untuk melakukan promosi produk, terutama pada bisnis online seperti halnya yang dilakukan oleh Ummi *online shop* ini. Semakin banyak penggunaan media sosial, maka akan semakin banyak juga interaksi dengan pelanggan, serta dapat membangun komunitas online. Sebagai pengusaha bisnis online, harus memastikan *website* bisnis profesional dan mudah di akses. Dalam menggunakan media sosial, harus membuat konten yang relevan dan menarik untuk menarik minat dan membangun kepercayaan pelanggan.

## 7. Pengembangan jaringan

Dalam menjalankan usaha, harus melakukan pengembangan jaringan agar usaha semakin dikenal dan diketahui oleh masyarakat. Bukan hanya dikenal masyarakat sekitar, namun juga dikenal oleh masyarakat luar. Membuat iklan dan promosi merupakan usaha pengembangan bisnis online yang harus di pakai. Karena dengan iklan dan promosi yang menarik, akan menarik minat pelanggan dalam melakukan pembelian produk.

## 8. Evaluasi dan adaptasi

Dalam melakukan usaha atau bisnis, seorang pelaku usaha atau pemilik harus melakukan evaluasi secara rutin dan berkala terkait kinerja strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal. Pelaku usaha harus bersiap untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Jadi harus evaluasi dan perbaikan proses bisnis secara berkala agar tidak terjadi kesalahan.

## **9. Pemantauan keuangan**

Dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha, harus melakukan pemetaan anggaran atau keuangan secara rinci dan jelas, serta evaluasi antara dana yang dikeluarkan dengan dana hasil yang didapatkan. Hal tersebut bertujuan agar terjadi kejelasan terkait keuangan yang ada pada usaha atau bisnis yang dijalani.

## **10. Peningkatan pelayanan pelanggan**

Peningkatan pelayanan pelanggan yaitu memberikan pengalaman terhadap pelanggan yang positif dan memuaskan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap *e-commers* atau *online shop*. Selain itu produk yang dijual harus terus berinovasi dan berkembang agar usaha *online shop* mendapat kemajuan yang baik. Pelaku usaha harus menciptakan loyalitas untuk mempertahankan pelanggan, serta harus

menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan melalui berbagai saluran.

Dalam ekonomi islam ada beberapa aspek yang harus diterapkan pada konsep strategi pengembangan bisnis online dalam perspektif ekonomi islam, yaitu:

1. Halal

Dalam memasarkan produk, pemilik usaha harus memastikan produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan syariat islam, menghindari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi).

2. Thayyib

Usaha harus menawarkan produk dan layanan yang baik, berkualitas, dan bermanfaat bagi konsumen serta lingkungan.

3. Tanggung jawab

Dalam melakukan usaha harus ada tanggung jawab terhadap konsumen, sehingga konsumen dapat mempercayai usaha yang dijalankan.

4. Etika bisnis

Dalam melakukan suatu bisnis atau usaha, harus memiliki etika bisnis yang baik agar konsumen tidak kecewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha. Dalam ini harus menjunjung tinggi sifat sidiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), fathanah (cerdas), dan tabligh (menyampaikan).

Dengan menerapkan konsep dan strategi pengembangan bisnis islam, diharapkan bisnis dapat memberikan manfaat bagi pemilik, karyawan,

masyarakat, dan juga mendapat keberkahan Alloh SWT. Ummi online shop belum sepenuhnya menggunakan konsep ekonomi islam yang mendalam, sehingga masih ada beberapa hal yang perlu di benahi dalam hal strategi pengembangan bisnis online dengan konsep ekonomi islam.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Strategi Pengembangan Bisnis *Online Shop* Pada Ummi *Online Shop* Dalam  
Perspektif Ekonomi Islam**

#### **A. Analisis strategi pengembangan bisnis online pada Ummi *Online Shop* Ngawi**

Strategi pengembangan bisnis merupakan sebuah proses yang digunakan untuk memelihara, mengidentifikasi, serta daya upaya untuk memperoleh klien baru serta meningkatkan peluang bisnis untuk mencapai profitabilitas. Strategi pengembangan bisnis adalah rencana yang sistematis dan terstruktur untuk meningkatkan kesuksesan bisnis dengan mengidentifikasi peluang, mengatasi tantangan, dan mencapai tujuan bisnis.

Ummi online shop merupakan bisnis yang bergerak dalam penjualan online melalui media sosial. Ummi *online shop* berdiri pada tahun 2017 dengan pemilik usaha masih menjalankan usahanya dengan sendiri. Seiring berjalannya waktu Ummi *online shop* melakukan perkembangan secara perlahan namun terus menerus. Dengan minimnya tenaga dan waktu, pemilik usaha mengerjakan usaha online shop ini dengan sambil mengenyam pendidikan di bangku kuliah.

Usaha Ummi *online shop* mulai dikenal masyarakat pada tahun 2019, dimana pemilik usaha mulai menggunakan media sosial *instagram* dalam promosi dan penjualan. Dengan menggunakan dua media sosial sekaligus yaitu *whatsapp* dan *instagram*, Ummi *online shop* mampu melakukan penjualan sampai ke luar kota.

Setelah mulai berkembang, Ummi *online shop* memutuskan dengan membuka gudang penyimpanan yang lebih luas berlokasi di samping rumah pribadi yang di miliki pemilik usaha. Selain itu, Ummi *online shop* juga menambah jenis barang yang diperjual belikan.

Pada tahun yang sama yaitu 2019, pemilik usaha merekrut karyawan untuk membantu dalam hal packing dan persiapan barang yang akan di kirim. Dua karyawan yang di rekrut oleh pemilik adalah untuk mengurus pengemasan dan menjadi

administrasi dalam penjualan. Usaha semakin lancar dan mulai berkembang bagus. Namun, setelah itu mendapat kendala dimana Ummi *online shop* dalam penggunaan media sosial *instagram* karena pemilik usaha belum begitu memahami cara kerja *instagram*, mulai dari penggunaan link penjualan, promosi yaang kurang menarik, serta penamaan produk yang kurang menarik menjadi salah satu penghambat dalam promosi penjualan melalui media sosial *instagram*.

Bisnis *online shop* di gadang-gadang memiliki potensi besar untuk berkembang di indonesia, terutama dengan semakin majunya teknologi internet yang semakin beragam. *Online shop* memberikan kemudahan bagi pembeli untuk melakukan transaksi pembelian dari rumah, serta memberikan fleksibilitas bagi penjual dalam memasarkan produk dan menjangkau pelanggan potensial. Dengan demikian untuk menunjang berkembangnya suatu usaha diperlukan startegi pengembangan bisnis yang baik dan tertata.

Ibu tari, selaku pemilik usaha Ummi *online shop* menyatakan bahwa Ummi *online shop* masih tertinggal dengan *online shop* lain karena belum memiliki strategi yang pasti dan tertata dengan benar. Strategi yang dijalankan oleh ummi online shop yaitu, dengan mempromosikan jualan nya melalui *whatsapp story* dan *instagram story*. Dengan strategi penjualan tersebut Ummi *online shop* belum bisa mengejar ketertinggalan nya dalam hal promosi dan penjualan. Disini pemilik juga mengatakan akan terus belajar untuk memperbaiki strategi pengembangan bisnis yang dimiliki dan akan terus mengikuti perkembangan media sosial yang semakin maju.

Dalam strategi pengembangan bisnis diperlukan beberapa aspek untuk menunjang keberhasilan dalam pengembangan suatu usaha atau bisnis. Aspek dalam strategi pengembangan bisnis meliputi:

1. Peningkatan penjualan

Dalam meningkatkan penjualan suatu usaha dapat melakukan peningkatan melalui strategi pemasaran, pengembangan produk, dan peningkatan kualitas layanan.

2. Pengembangan produk dan jasa

Diperlukan suatu pengembangan produk dan jasa baru untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Peningkatan efisiensi operasional

Mengoptimalkan proses bisnis, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas untuk meningkatkan keuntungan.

4. Peningkatan kualitas layanan

Meningkatkan kualitas layanan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memberikan respon cepat dan solusi dalam pertanyaan konsumen maka akan mempengaruhi kualitas layanan yang di berikan.

5. Pengembangan tim

Mengembangkan tim yang solid, memotivasi karyawan, dan meningkatkan keterampilan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Jadi diperlukan tim yang solid dalam suatu pengembangan bisnis. Tim yang solid akan membuat suatu usaha menjadi semakin berkembang karena ada kekompakan dalam tim. Selaku pemilik usaha juga harus senantiasa memberikan motivasi terhadap karyawan, agar karyawan semakin semangat dalam melakukan pekerjaan.

Ummi *online shop* dalam menjalankan usahanya, belum mencakup strategi pengembangan bisnis yang luas, sehingga kemajuan usaha *online shop* yang di miliki belum mengalami perubahan dan kemajuan yang signifikan seiring berjalannya

waktu. Dalam menjalankan usaha, Ummi *online shop* masih belum memahami berbagai teknologi yang berkembang sehingga masih terjadi ketertinggalan dalam perkembangan usaha yang di jalannya.

Dalam suatu bisnis strategi-strategi pengembangan bisnis dasar harus diketahui dan dijalankan agar usaha yang dimiliki bisa mengikuti perkembangan. Namun pada Ummi *online shop* ini belum sepenuhnya menggunakan strategi pengembangan bisnis yang tertata. Strategi yang digunakan Ummi *online shop* dalam mengembangkan usahanya, yaitu dengan memasarkan produknya secara online melalui akun *instagram* dan akun *whatsapp*. Sehingga diperlukan belajar memahami akan peningkatan pengembangan bisnis dengan menggunakan berbagai media sosial agar tercapai tujuan dari usaha tersebut.

Pemilik usaha Ummi *online shop* menuturkan bahwa selaku pemilik usaha, beliau menginginkan perkembangan pada usaha *online shop* yang di jalankan. Dengan mempelajari berbagai perkembangan media sosial dan juga membangun strategi yang lebih baik dan tertata. Dengan ke dua hal tersebut diharapkan kedepannya akan membuat Ummi *online shop* semakin berkembang dan dapat mengikuti perkembangan media sosial dalam hal promosi dan penjualan.

## **B. Analisis Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam Pada Ummi Online Shop Ngawi**

Usaha yang dijalankan oleh ibu Sri Puji Lestari ini adalah usaha di bidang digital, dimana pemasarannya melalui media sosial. Ummi *online shop* merupakan usaha di bidang online yang sudah berdiri sejak tahun 2017 dimana pemilik masih menjalankan usahanya secara mandiri, belum merekrut karyawan untuk membantu melakukan pekerjaan. Usaha *online shop* sendiri merupakan usaha yang praktis namun juga ada beberapa hambatan-hambatan di dalamnya. Jika pemilik tidak melakukan

inovasi, maka perkembangan *online shop* akan berada pada posisi yang sama dan tidak ada kemajuan.

Ummi *online shop* melakukan promosi penjualannya melalui media sosial *whatsapp* dan *instagram*, namun media sosial *instagram* masih belum sepenuhnya jalan karena minimnya pengetahuan dan inovasi dari pemilik usaha. Pemilik usaha masih mendalami berbagai media sosial agar usaha *online shop* miliknya tidak terjadi ketertinggalan. Oleh sebab itu Ummi *online shop* belum mampu mencapai target yang di inginkan. Menurut wawancara yang di lakukan peneliti dengan pemilik usaha, dimana pemilik usaha menyatakan bahwa target penjualan dalam satu bulan adalah 500 biji produk. Namun dari penuturan pemilik usaha, penjualan dalam sebulan masih mencapai angka paling tinggi di 320 biji produk. Sehingga perlu ditingkatkan lagi strategi penjualan nya.

Dalam perspektif ekonomi Islam, Ummi *online shop* belum menjalankan seluruh syarat-syarat konsep ekonomi islam, dimana pelaku usaha masih memberlakukan *riba* karena pelaku usaha memberikan penangguhan pembayaran dimana ada tambahan yang disyaratkan atas pokok pinjaman atau harga barang. Disini pelaku usaha menjelaskan bahwa dalam penjualannya masih memberlakukan tambahan biaya pada barang tertentu, dimana harga tersebut bukan harga yang tertera pada katalog yang di sediakan.<sup>48</sup>

Dalam perspektif ekonomi Islam, jual beli online merupakan hal yang di perbolehkan selama memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang tidak bertentangan dengan syariah. Syarat jual beli online dalam Islam yaitu, barang yang diperjual belikan

---

<sup>48</sup> Wawancara ibu tari, pemilik usaha ummi online shop. 2025

harus halal, dan jelas spesifikasinya, barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan, pembeli mempunyai hak untuk membatalkan barang jika barang tidak sesuai, transaksi tidak mengandung unsur riba dan kedzaliman di dalamnya, serta terdapat ijab qabul yaitu ucapan transaksi antara penjual dan pembeli.

Dalam penelitian ini, dinyatakan bahwa *Ummi online shop* belum memenuhi beberapa syarat yang menjadi acuan jual beli online dalam perspektif ekonomi Islam. Dimana *Ummi online shop* masih memberlakukan riba, dan memberikan spesifikasi yang kurang benar pada barang yang dipasarkan. Bahaya riba dijelaskan pada Al-QURAN surat Al-Baqoroh ayat 275 mengani riba: yang artinya, “orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Alloh telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapapun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Alloh. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa orang-orang yang memakan riba yakni melakukan transaksi riba dengan mengambil atau menreima kelebihan atas modal dari orang yang butuh dengan mengeksploitasi atau memanfaatkan kebutuhannya, tidak dapat berdiri, yakni melakukan aktivitas melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Mereka akan hidup dengan kegelisahan, tidak akan tentram jiwanya, selalu bingung dan berada dalam ketidakpastian, sebab pikiran dan hati mereka alami di dunia, sedangkan di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur

dalam keadaan sempoyongan, tidak tau arah yang akan mereka tuju dan akan mendapat azab yang sangat pedih. Yang demikian itu karena mereka berkata dengan bodohnya bahwa jual beli sama dengan riba dengan logika bahwa keduanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Mereka beranggapan seperti itu, padahal Alloh telah menghalalkan jual beli dan menghramkan riba.

Larangan riba sendiri selain di jelaskan pada Al-Quran juga dijelaskan dalam hadits. Dalam kitab hadits shahih muslim nomor 2995 dikatakan:

“Muhammad bin shabah dan zubair bin harb dan utsman bin abu syaibah telah bercerita kepada kami, mereka berkata: telah bercerita kepada kami husyaim, bahwa abu az-zubair telah memberi berita terhadap kami, yang berasal dari jabis bahwa dia berkata: “Rasululloh SAW, melaknat pemakan riba, orang yang memberi makan riba, para juru tulisnya dan dua orang saksinya. “dan dia berkata: ”mereka semuanya itu adalah sama.”<sup>49</sup>

Dalam hadits ini dijelaskan bahwa orang yang memakan riba dan yang memberi makan riba akan dilaknat oleh Alloh Swt, karena riba adalah perbuatan dosa besar dan tidak boleh di implementasikan dalam kehidupan jual beli sehari-hari. Riba harus di jauhi dan tidak boleh di jadikan acuan dalam transaksi jual beli secara *online* atau *offline*. Selain itu dijelaskan bahwa Alloh akan melaknat orang yang memakan riba dan orang yang memberikan makan dengan riba. Dijelaskan bahwa hal keduanya tersebut adalah hal sama, mereka yang memberikan makan riba dan yang memakan riba adalah mereka menjadi orang yang sama.

---

<sup>49</sup> Muhammad amar, dan heri firmansyah, “*hadis-hadis tentang riba dan implementasinya dalam sistem perbankan*”, jurnal al quds: jurnal studi Alquran dan Hadis, volume 4 nomor 2, 2020.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan jual beli, *Ummi online shop* belum mempunyai strategi pengembangan bisnis yang sempurna, karena *Ummi online shop* melakukan promosi dan penjualan melalui *whatsapp* dan *instagram* saja. Dalam penggunaan media sosial, *Ummi online shop* masih minim dalam penggunaan dikarenakan pihak *Ummi online shop* belum begitu mendalami terkait perkembangan media sosial yang semakin berkembang. Dalam hal ini promosi dan penjualan tidak berjalan dengan lancar sehingga perkembangan jangkauan wilayah yang dituju oleh *Ummi online shop* belum terpenuhi. Serta target penjualan jadi belum terpenuhi secara menyeluruh.
2. Dalam tinjauan ekonomi Islam, *Ummi online shop* diketahui sudah menggunakan kaidah-kaidah ekonomi Islam namun belum sempurna. Kurangnya pemahaman mengenai konsep-konsep ekonomi syariah menjadi salah satu penghambat dalam hal tersebut. Selain kurangnya pemahaman terhadap konsep ekonomi Islam, minimnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang tersebut serta kurangnya dukungan keuangan yang terbatas pada industri halal menjadi penyebab belum sempurna nya *Ummi online shop* dalam menggunakan kaidah-

kaidah ekonomi Islam. Tantangan lain yaitu kurangnya lembaga keuangan syariah yang kuat serta terbatasnya riset dan pengembangan dalam ekonomi Islam. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep ekonomi Islam membuat masyarakat cenderung kurang memahami manfaat dan potensi ekonomi Islam. Selain itu persepsi atau pandangan yang salah mengenai ekonomi Islam juga dapat menghambat perkembangan suatu usaha yang menggunakan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Ummi *online shop* dalam melakukan usaha hendaknya mempelajari strategistrategi pengembangan bisnis yang baik, agar usaha yang di miliki semakin maju dan berkembang. Selain itu, dengan melakukan strategi-strategi yang baik akan memengaruhi tingkat penjualan dan tingkat target pendapatan.
2. Ummi *online shop* diharapkan terus mengikuti perkembangan-perkembangan yang terus maju agar tidak terjadi ketertinggalan dalam melaksanakan perkembangan ekonomi yang semakin maju dan luas. Terus mengupgrade perkembangan usaha dan mengikuti kemajuan teknologi yang terus berkembang.
3. Ummi *online shop* dapat memperdalam pemahaman mengenai penggunaan media sosial dalam hal promosi dan penjualan, sehingga Ummi *online shop* dapat mengikuti perkembangan media sosial yang semakin maju dan berkembang.
4. Ummi *online shop* hendaknya mengikuti perkembangan ekonomi Islam dan memberikan pemahaman terhadap konsumen mengenai prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam hal ini Ummi *online shop* mempunyai sumber daya manusia yang

paham akan prinsip ekonomi Islam agar usaha yang di dasari dengan prinsip ekonomi Islam dapat berjalan dengan lancar. Menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen merupakan kunci utama dalam perkembangan usaha.

5. Dalam melakukan kegiatan bisnis atau berwirausaha usaha *online shop* Umami diharapkan menjaga kepercayaan konsumen dengan tetap menerapkan sifat yang tabligh yaitu menyampaikan, disini Umami *online shop* harus menyampaikan sebagaimana halnya deskripsi barang yang di promosikan. Amanah yaitu dapat dipercaya, dalam menyampaikan promosi barang yang dijual Umami *online shop* hendaknya membangun kepercayaan konsumen agar usaha semakin berkembang. Fathanah yaitu cerdas, dalam penyampaian promosi produk Umami *online shop* di lakukan dengan penataan yang baik dan benar agar masyarakat tertarik dengan produk yang di pasarkan. Sidiq yaitu jujur, hal ini adalah tonggak yang tidak boleh dilupakan dalam usaha. Kejujuran merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi perkembangan suatu usaha, karena dengan kejujuran akan meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap usaha yang dijalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

## Daftar buku

- Batunanggar, *Financial Development And Financial Stability: Indonesia Experience*.  
*Paper Presented At 2nd Organisation Of Islamic Cooperation Expert Working*  
*Group Central Banking And Financial Sector Development*, Kuala Lumpur  
 2012.
- digdoweseiso, Kumba, *metodologi penelitian ekonomi dan bisnis* (jakarta selatan:  
 lembaga penerbitan universitas nasional (LPU-UNAS), 2017).
- Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 20.
- Irina, Fristina, *metode penelitian terapan* (yogyakarta: parama ilmu: 2017).
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011).
- Jamaludin, *Manajemen Stratejik Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*  
 (Penerbit Adab: 2025).
- Kartoyo, *Proses Pengembangan Usaha*, 2021.
- Kasmir, *kewirausahaan* (jakarta: pt raja grafindo persada, 2008).
- Katarina, Suryati Dkk, *Analisis Pengembangan Usaha Fany Cake N Bakery Salatiga*  
 (Salatiga: 2018).

*Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprrei Lukis Bali “Mustika” Di Kabupaten Batang* (Semarang: 2019).

Kotler, philip, *marketing* (jakarta: erlangga, 1994).

Mannan, *Islamic Economics: Theory And Practice* (Kuba Publishing: 1997).

Muhammad Yusuf Dan Ahmad Yusuf. *1 Jam Membuat Toko Online Dengan Joomla dan Virtuemart*, (Yogyakarta: Expet 2012).

Muhammad Yusuf Dan Ahmad Yusuf. *1 Jam Membuat Toko Online Dengan Joomla dan Virtuemart*, (Yogyakarta: Expert 2012).

Noor, Juliansyah, *metodologi penelitian* (jakarta: kencana penada media group, 2012).

Noor, *Metodologi Penelitian*.

Purnomo, Joko Dkk, *Strategi Pengembangan Bisnis Bibit Tanam an Hutan* (Bogor: 2008).

Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin, Kalimantan Selatan: Antasari Press, 2011).

Sa'diyah, Mahmudatus, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Jepara: Unisnu Press, 2022).

Saleh, Sirajuddin, *Analisi Data Kualitatif* (Makassar: Pustaka Ramadhan, Bandung, 2017).

Sapto Haryoko, Bahartiar, Dan Fajar Arwadi, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Tehnik, Dan Prosedur Analisis)* (Makassar: Badan Penerbit, 2020).

Sari, Sarlina, *KEWIRAUSAHAAN*, (Mega Press Nusantara: 2024).

Sugiarto, Ihwan, *Pengantar Ekonomi Islam* (Cv. Intake Pustaka:2025).

Sugiarto, Ihwan, *Pengantar Ekonomi Islam* (Cv. Intake Pustaka:2025).

Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (bandung: alfabeta, 2011).

Suharsaputra, Umar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012).

sukirno, sadono, *pengantar bisnis*, cet 1, (2022).

Thomson, Arthur A, *Strategi* (Newyork: Irwin , 2004).

Wijayanti, Hasna, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis* (Anak Hebat Indonesia 2019).

### **Daftar jurnal**

Muhammad amar, dan heri firmansyah, “*hadis-hadis tentang riba implementasinya dalam sistem perbankan*”, jurnal al quds: jurnal studi Alqurandan dan Hadis, volume 4 nomor 2, (2020).

Yahya Aqil Barqi, “Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha”, *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Volume 5, (2020)

Efendi, nur muhammad, luhur prasetyo, komunikasi pemasaran terpadu dalam

peningkatan potensi pasar rakyat di kota madiun, 2022.

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/3926>

abidah, Atik, peran Al -Quran dan as -sunnah dalam perkembangan ekonomi syariah:

kajian, peluang dan tantangan fintech syariah, 2022.

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/3628>

Ernantika Devi, luhur prasetyo, ajaran masyarakat tanpa riba dalam pandangan sosiologi ilmu, 2022.

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/3916>

#### **Daftar wawancara**

Sri Puji Lestari, sejarah berdirinya Umami *online shop* Ngawi (10 april 2025)