

**EFEKTIVITAS *E-COMMERCE*
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
DI TOKO KOMPUTER “EG COMPUTER” PURWOKERTO**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana dalam Ekonomi (S.E.)**

Oleh:

**ERLIN ROSYITA
NIM.1123205011**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erlin Rosyita
NIM : 1123205011
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Efektivitas *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Transaksi
Penjualan Di Toko Komputer "EG Computer"
Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 24 Desember 2018
Saya yang menyatakan,



Erlin Rosyita
NIM. 1123205011



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

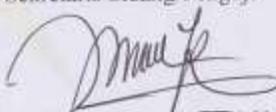
**EFEKTIVITAS E-COMMERCE
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
DI TOKO KOMPUTER "EG COMPUTER" PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudari **Erlin Rosyita** NIM. 1123205011 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **14 Januari 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 1994031004

Sekretaris Sidang/Penguji


Dani Kusumastuti/SE., M.Si.
NIP. 197504202006042001

Pembimbing/Penguji


Drs. Atabik M. Ag
NIP. 196512051993031004

Purwokerto, Januari 2019
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 1994031004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Skripsi
Sdr. Erlin Rosyita
Lamp. : 3 (tiga) Eksemplar

Purwokerto, 27 Desember 2018

Kepada Yth.
Dekan FEBI IAIN Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, mengadakan arahan, dan perbaikan terhadap penulisan skripsi dari mahasiswa:

Nama : Erlin Rosyita
NIM : 1123205011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Efektivitas *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Transaksi
Penjualan Di Toko Komputer "EG Computer"
Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.E.).

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Drs. Atabik, M. Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

EFEKTIVITAS *E-COMMERCE*
DALAM MENINGKATKAN TRANSAKSI PENJUALAN
DI TOKO KOMPUTER “EG COMPUTER” PURWOKERTO

Erlin Rosyita

NIM: 1123205011

Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

E-commerce merupakan transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli dalam hubungan perjanjian yang setara untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan maupun peralihan hak. EG Computer adalah salah satu toko komputer di wilayah purwokerto yang menggunakan strategi pemasaran *e-commerce* sebagai yang utama dalam kegiatan jual belinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto, dan menganalisis pandangan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran *e-commerce*.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa yang terjadi pada saat sekarang. Subyeknya adalah Pemilik Toko, Karyawan dan Konsumen. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan pengumpulan data yang kemudian direduksi data, penyajian data, diakhiri dengan pengambilan kesimpulan atau verifikasi.

Dari hasil analisis tersebut disimpulkan bahwa *Pertama*, Penjualan EG Computer Purwokerto menggunakan sistem *e-Commerce* terbukti dapat meningkatkan volume penjualan produk-produk di EG Computer Purwokerto. Dalam melakukan transaksi penjualan via internet, EG Computer Purwokerto memiliki website yang dimanfaatkan khusus untuk berjualan via internet dengan alamat www.egkomputer.com dan egkomputer.blogspot.com. EG Computer juga memiliki akun di *online marketplace* atau pusat perbelanjaan daring terkenal di Indonesia, yaitu bukalapak dan tokopedia dengan akun [@eg_computer](https://www.tokopedia.com/eg_computer). *Kedua*, Pandangan hukum Islam terhadap strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara internet ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. *Ijab qabul* biasa dilakukan via sms, dan mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Dalam tinjauan ekonomi Islam dan Para imam mazhab sepakat bahwa jual beli itu dianggap sah jika dilakukan oleh orang yang sudah balig, berakal, kemauan sendiri, dan berhak menjalankan hartanya. Pandangan ekonomi Islam tentang bisnis *online* atau *website* menunjukkan bahwa berkembang pesat saat ini.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Transaksi, Penjualan, Komputer, Hukum Islam

MOTTO

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ ﴿٤٥﴾

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, dan Sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu’”.

(Q. S. Al-Baqarah (2): 45)¹

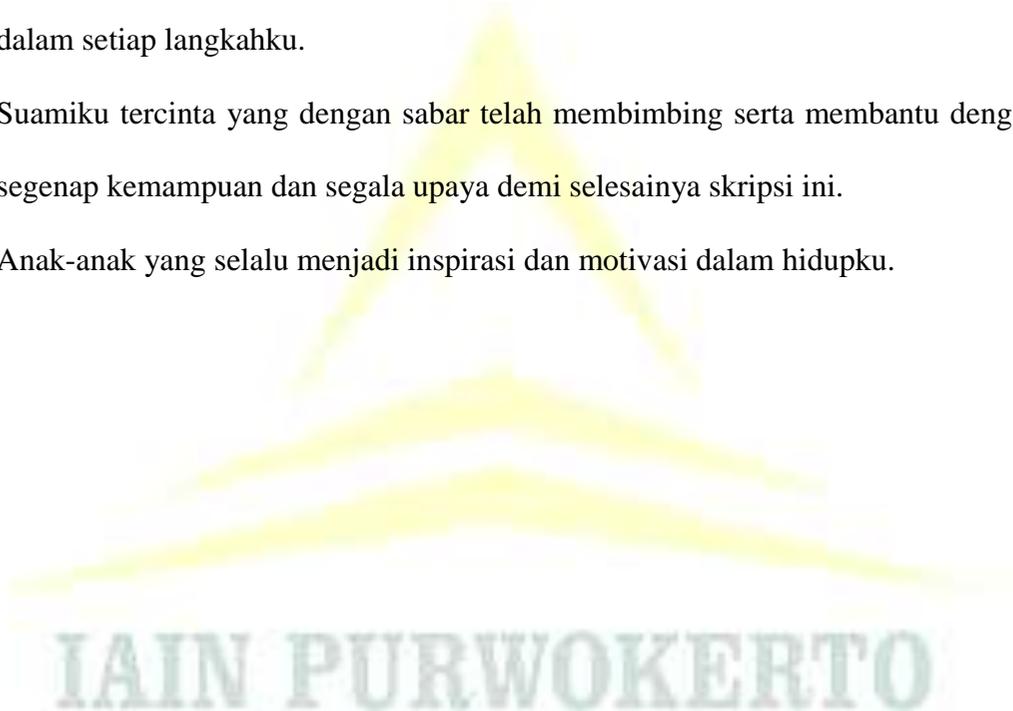
IAIN PURWOKERTO

¹ Depag RI., *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Depag RI, 1993), hlm. 89.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan dengan tulus kepada:

1. Kedua Orangtuaku yang Terhormat, yang selalu membimbing dan memotivasi dalam setiap langkahku.
2. Kedua Mertuaku yang Terhormat, yang selalu membimbing dan memotivasi dalam setiap langkahku.
3. Suamiku tercinta yang dengan sabar telah membimbing serta membantu dengan segenap kemampuan dan segala upaya demi selesainya skripsi ini.
4. Anak-anak yang selalu menjadi inspirasi dan motivasi dalam hidupku.



IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba ^ʾ	b	be
ت	ta ^ʾ	t	te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha ^ʾ	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra ^ʾ	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa ^ʾ	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa ^ʾ	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘.....	koma terbalik keatas
غ	gain	g	ge
ف	fa ^ʾ	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el

م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fathah</i>	<i>fathah</i>	a
— /	<i>Kasrah</i>	<i>kasrah</i>	i
و	<i>Ḍammah</i>	<i>ḍammah</i>	u

2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah</i> dan <i>ya'</i>	ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah</i> dan <i>Wawu</i>	au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang

Maddah atau vokal panjang yang lambing nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alif ditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jāhiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Dammah + wawu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūd</i>

C. Ta' Marbūtah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	ditulis <i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis <i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Rauḍah al-atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	ditulis <i>mutáaddidah</i>
عدة	ditulis <i>'iddah</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

الحكم	ditulis <i>al-ḥukm</i>
القلم	ditulis <i>al-qalam</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	ditulis <i>as-samā'</i>
الطارق	ditulis <i>aṭ-ṭāriq</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof.

Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	ditulis <i>syai'un</i>
تأخذ	ditulis <i>ta'khuẓu</i>
أمرت	ditulis <i>umirtu</i>

KATA PENGANTAR

Al-Hamdulillâh, puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Efektivitas *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Transaksi Penjualan Di Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto”.

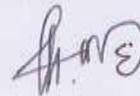
Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang membimbing dan membantu selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, terutama kepada :

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M. Ag., Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Munjin, M. Pd. I., Wakil Rektor I IAIN Purwokerto.
3. Drs. Asdlori, M. Pd. I., Wakil Rektor II IAIN Purwokerto.
4. Dr. H. Supriyanto, Lc. M. S. I., Wakil Rektor III IAIN Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.
7. Drs. Atabik, M. Ag., selaku pembimbing, terimakasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, pengarahan, dan dorongannya yang penuh kesabaran serta keikhlasan memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.

8. Untuk segenap Dosen dan Staf karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, terimakasih dan semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-nya.
9. Anjar Setya Tamtama, S. Kom., Pemilik Toko EG Computer Purwokerto, beserta karyawan, terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya, sehingga penulis mudah untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mohon kepada Allah SWT, semoga jasa-jasa beliau akan mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Penulis juga memohon atas kritik dan saran terhadap segala kekurangan demi kesempurnaan skripsi ini di masa mendatang.

Purwokerto, 24 Desember 2018
Penulis,

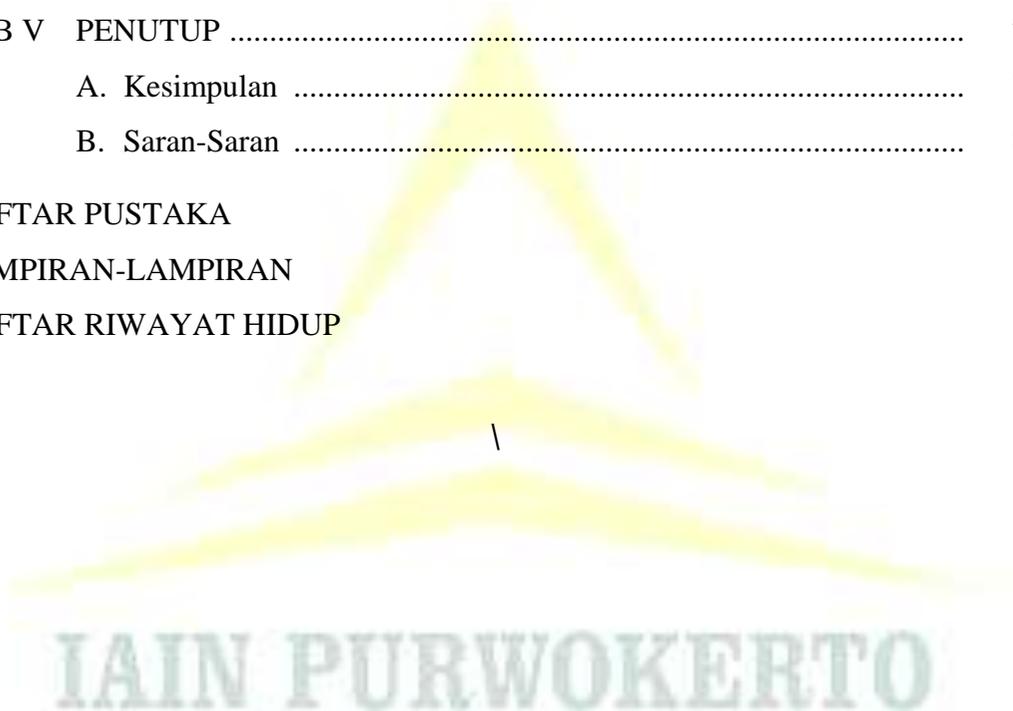


Erlin Rosyita
NIM. 1123205011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Kajian Pustaka	6
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II <i>E-COMMERCE</i> DAN PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	10
A. <i>E-Commerce</i>	10
B. Efektivitas Penjualan	22
C. <i>E-Commerce</i> Perspektif Ekonomi Islam	30
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Subjek dan Objek Penelitian	42
C. Teknik Pengumpulan Data	43
D. Teknik Analisis Data	46

BAB IV EFEKTIVITAS <i>E-COMMERCE</i> DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO KOMPUTER “EG COMPUTER” PURWOKERTO	49
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	49
B. <i>E-Commerce</i> dan Efektivitasnya dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto	55
C. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran <i>e-commerce</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto	69
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran-Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi membawa dampak perkembangan di berbagai bidang dan lini. Perkembangan teknologi adalah salah satu isu utama yang masih menjadi pusat perhatian untuk beberapa waktu terakhir ini. Isu perkembangan teknologi ini tidak luput dari munculnya internet sebagai salah satu media yang sangat membantu dan memberikan sebuah realitas baru dalam kepada umat manusia sehingga internet dapat mengakibatkan banyaknya perubahan dalam dunia ini.² Tidak hanya itu, internet telah mengubah jarak dan waktu menjadi tidak terbatas. Dengan medium internet orang dapat melakukan kegiatan yang dalam dunia nyata sangat sulit dilakukan akan tetapi di dunia maya sangat mungkin dan bahkan sangat mudah untuk dilakukan.

Internet telah dijadikan standar resmi dalam aktivitas sehari-hari, mulai dari hanya sebagai sarana penunjang bagi terlaksananya sebuah bisnis maupun merupakan *core* bisnis itu sendiri.³ Efektivitas dan efisiensi jelas menjadi sebuah prioritas utama yang harus dipertimbangkan oleh para pihak yang melakukan jual beli, terlebih oleh pihak-pihak pelaku ekonomi seperti sebuah perusahaan karena dengan semakin efektif dan efisien suatu pekerjaan dilakukan, maka keuntungan juga akan semakin banyak didapatkan, dan sudah menjadi sebuah keniscayaan dalam ekonomi bahwa pelaku ekonomi akan berusaha untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin dengan mengeluarkan pengorbanan yang seminimal mungkin.

Dengan kecanggihan teknologi telekomunikasi, turut mendorong kebutuhan masyarakat untuk senantiasa melakukan transaksi dagang menggunakan jaringan internet. Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan

² Abdul Wahib dan Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara (Cybercrime)* (Bandung: Refika Aditama, 2005), hlm. 31.

³ Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online)* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), hlm. 2.

secara *face-to-face* mulai digantikan dengan perdagangan *online* berbasis internet. Transaksi komersil (*profit transaction*) yang biasanya dilakukan secara konvensional, telah bergeser ke arah yang lebih dinamis melalui penggunaan jaringan internet. Transaksi melalui jaringan internet diyakini memudahkan pegiat ekonomi dalam melakukan transaksi serta menjadi solusi dalam terbatasnya ruang dan waktu. Bahkan, dalam hal lain, bentuk transaksi ini dapat terjadi secara bersamaan tanpa harus ada pertemuan langsung dengan hitungan waktu yang begitu cepat. Penggunaan jaringan internet ataupun media elektronik sejenis untuk melakukan kegiatan transaksi lazim disebut sebagai *e-commerce*.

E-commerce merupakan wujud kemajuan teknologi pada aspek bisnis yang memadukan antara mekanisme konvensional dan digital. *E-commerce* pada transaksi bisnis berbasis individu ataupun perusahaan digerakkan sebagai medium pertukaran barang, jasa dan informasi baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to konsumen*). Singkatnya, *ecommerce* saat ini bisa dilihat sebagai sebuah alternative dalam menjalankan transaksi bisnis yang syarat dengan solusi berupa kemudahan yang selama ini menjadi persoalan dominan.⁴

Menurut gagasan Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, bahwa *ecommerce* merupakan cakupan luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Transaksi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti *email* atau bisa melalui *World Wide Wibe*. David Baum yang dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi menyebutkan bahwa *e-commerce* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi.⁵

Sehubungan dengan penggunaan media elektronik dalam melakukan transaksi, pihak yang terlibat tidak jauh berbeda dengan transaksi konvensional.

⁴ Niniek Suparni, *Cyberspace Problematika Dan Antisipasi Pengaturannya* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 30.

⁵ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 1-2.

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak secara langsung dan tidak langsung, tergantung kompleksitas dan kebutuhan transaksi yang dilakukan. Adakalanya, prosedur transaksi mengharuskan konsumen untuk mengikuti segala ketentuan yang berlaku. Kondisi ini juga terkait dengan proses keseluruhan terjadinya transaksi secara *online*, mulai dari awal terbentuknya transaksi hingga terjadinya pembayaran dan serah terima barang/jasa. Pada praktiknya, tidak semua transaksi yang dilakukan melalui internet, adakalanya hanya beberapa tahap saja. Apabila transaksi sepenuhnya dilakukan melalui internet, biasanya terdapat beberapa elemen yang hadir dalam transaksi *e-commerce*, yaitu penjual (*merchant*), konsumen, *payment gateway*, pihak pengelola (*acquirer*), perusahaan penerbit kartu kredit (*issuer*) dan (6) pihak perantara atau perwakilan.⁶

Sehubungan dengan itu, akad yang merupakan bentuk perikatan dalam Islam memiliki kepentingan besar untuk menyorot diterima atau ditolaknya suatu transaksi. Pada dasarnya, akad merupakan bentuk perbuatan yang dibolehkan (*al-jawaz wal ibahah*) atau bebas tanpa ikatan. Karena itu kebebasan berakad tergantung kepada bentuk yang dibenarkan syariat. Kebebasan akad dalam makna ini menyatakan bahwa setiap bentuk akad dipandang bebas untuk dilakukan selama rukun dan persyaratan untuk melakukannya telah terwujud. Artinya akad yang dilakukan dengan adanya unsur pemaksaan menjadi batal atau tidak sah.⁷ Salah satu akad yang paling mendekati pada konsep dan penerapan transaksi *e-commerce* familiar dengan akad *as-salam*. Meskipun transaksi *e-commerce* memiliki maksud dan tujuan yang jelas, namun pada segi terbentuknya akad tersebut perlu dipertanyakan keabsahannya. Permasalahan tersebut sangat sering muncul dalam transaksi jual beli *online* yang akan mempengaruhi keabsahan transaksi yang dilakukan secara *online*. Keabsahan transaksi ini juga akan sangat berpengaruh dengan tanggung jawab kedua belah pihak, permasalahan hukum yang akan muncul dan bagaimana permasalahan itu diselesaikan.

Dalam perdagangan, perlu berbagai upaya untuk mengenalkan produk pada masyarakat secara luas dan upaya ini memerlukan biaya yang tinggi. E-

⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 17-18.

⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 106.

Commerce sangat menguntungkan karena menghemat waktu dan tidak diperlukan modal yang banyak untuk mempromosikan produk. *E-Commerce* melayani penjualan barang dan jasa sehingga siapa saja dapat mengembangkan bisnis dan bersaing dengan menurunkan biaya operasional. Demikian pula *website* bisnis Tokopedia.com yang merupakan toko *online* pertama di Indonesia. *Website* ini menyediakan peluang bisnis dan menjual berbagai jenis produk dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan toko umumnya. *Website* ini memiliki mesin pencari yang memudahkan konsumen dalam pencarian produk, dan fitur direktori yang dimanfaatkan sebagai katalog belanja. Untuk melancarkan kegiatan pemasaran, Tokopedia bekerjasama dengan beberapa lembaga perbankan dan perusahaan lain sehingga konsumen mudah melakukan pembayaran. Tokopedia juga bekerjasama dengan agen-agen pengiriman besar di Indonesia untuk memudahkan pemeriksaan status pengiriman barang.

Berdasarkan uraian di atas, penerapan *E-Commerce* menawarkan satu metode belanja secara langsung. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh dengan penerapan metode *E-Commerce*, seperti kita tidak perlu menyediakan waktu khusus untuk belanja dan tidak terbatas oleh jarak yang ada. Teknologi informasi yang paling banyak orang gunakan adalah internet. Dengan menggunakan internet orang dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa mengenal waktu dan jarak. Dengan penerapan internet ke dalam proses bisnis perusahaan, sehingga dapat menjangkau pengguna yang lebih luas dan meningkatkan keuntungan pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, proses bisnis salah satunya yaitu pemasaran dengan menggunakan media *online*. Untuk dapat mengetahui sejauh mana efektifitas dan kemudahan dalam penggunaan media *online* yang biasa disebut dengan istilah *E-Commerce*. Perkembangan *E-Commerce* sekarang sudah merambah ke seluruh daerah, sehingga konsumen tidak perlu lagi untuk datang membeli barang tersebut dengan datang ke toko.

EG Computer adalah salah satu toko komputer di wilayah Purwokerto yang menggunakan strategi pemasaran *e-commerce* sebagai yang utama dalam kegiatan jual belinya. Hal ini berbeda dengan toko komputer yang sudah terkenal di Purwokerto seperti, Tripio, El's dan Petra Computer hanya memanfaatkan *e-*

commerce sebatas media promosi, sedangkan proses jual-belinya masih bersifat konvensional (tatap muka). EG Computer Purwokerto memiliki website yang dimanfaatkan khusus untuk berjualan via internet dengan alamat www.egkomputer.com dan egkomputer.blogspot.com dalam menjual berbagai produk komputer mulai dari *hardware*, *periferal* komputer, *sparepart* laptop dan *accessories*. EG Computer juga memiliki akun di *online marketplace* atau pusat perbelanjaan daring terkenal di Indonesia, yaitu bukalapak dan tokopedia dengan akun @eg_computer. Keunggulan yang dimiliki EG Computer adalah selain menjajakan melalui strategi *e-commerce*, konsumen juga dipersilakan untuk datang ke toko memilih langsung apa yang akan dibeli konsumen. Dengan menggunakan jasa tokopedia.com dalam menjalankan strategi pemasaran *e-commerce*, penjualan komputer di “EG Computer” meningkat cukup signifikan. Dengan *e-commerce*, EG Computer bisa melakukan transaksi penjualan sebanyak 100 – 300 kali transaksi dalam satu bulan, dibanding cara *face to face* atau strategi konvensional yang hanya melakukan transaksi penjualan sebanyak 50 – 100 kali transaksi dalam satu bulan. Bahkan pada bulan Agustus ini telah menjual melalui jasa *e-commerce* sebanyak 341 transaksi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini akan menganalisis strategi pemasaran *E-Commerce* jenis *Business to Customer* dengan analisis isi untuk memberi gambaran cara meningkatkan efektivitas dan efisiensi strategi pemasaran melalui *e-commerce* sehingga menjadi sumbangan pemikiran yang konstruktif bagi dunia usaha terkait strategi pemasaran *online*. Peneliti akan mengambil judul penelitian: “Efektivitas *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Transaksi Penjualan Di Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan pada skripsi ini, yaitu: “Bagaimana efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto, yang kemudian dilakukan tinjauan berdasarkan ekonomi Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan *khazanah* dan kepustakaan ekonomi Islam pada umumnya dan almamater pada khususnya, khususnya berkaitan dengan praktek penjualan melalui *e-commerce*.

b. Manfaat secara Praktis

- 1) Bagi EG Computer: Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai acuan yang dapat memberikan informasi mengenai pandangan ekonomi Islam terhadap penjualan melalui *e-commerce* ini, beserta upaya-upaya dalam strategi meningkatkan penjualan.
- 2) Bagi Penulis: Hasil penelitian ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang penjualan melalui *e-commerce*.

D. Kajian Pustaka

Pembahasan skripsi ini, akan menguraikan serangkaian kajian pustaka yang mendukung dan berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Pertama, penelitian Febrian Bayu Nugroho, berjudul: “Jual Beli Barang-Barang *Second* Dengan Sistem *Cash On Delivery* (COD) (Studi Kasus Pada Situs Forum Jual Beli Purwokerto)”. Penelitian tersebut memfokuskan permasalahan pada praktik khiyar dalam jual beli sistem *Cash on Delivery* (COD) menurut tinjauan hukum Islam di Forum Jual Beli Purwokerto. Hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini menurut hukum Islam pelaksanaan jual beli barang-barang *second* dengan sistem *cash on delivery* (COD) di Forum Jual Beli

Purwokerto diperbolehkan (sah) apabila tidak ada pihak yang dirugikan, serta syarat dan rukunnya terpenuhi. Apabila salah satu syarat subjek (penjual/pembeli), syarat objek transaksi tidak terpenuhi dan dalam upaya perlindungan terhadap pembeli, para penjual tidak bersedia memberikan hak khiyar, berupa khiyar *majlis*, khiyar *syarat* dan khiyar *'aib* maka akadnya batal (tidak sah).⁸ Berbeda dengan penelitian ini yang memfokuskan pada efektivitas strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan, yang kemudian dianalisis menggunakan ekonomi Islam.

Kedua, penelitian Anita Ratmawati, berjudul: “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media (Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap)”. Hasil dari penelitian tersebut bahwasanya dalam melakukan promosi pada media harus dengan keadaan yang sebenarnya agar tidak menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen. Praktik etika promosi bertujuan untuk memberitahukan masyarakat melalui media seperti *bbm*, *instagram*, *facebook* dan lain sebagainya. Dari segi periklanan yang dilakukan Toko Aldis Store sudah sesuai dengan ketentuan yang benar, dari segi transaksi sudah sesuai dengan syariat kebanyakan dilakukan secara tunai dan jelas.⁹ Perbedaan dengan penelitian ini adalah lebih memfokuskan pada efektivitas strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan, yang kemudian dianalisis menggunakan ekonomi Islam.

Ketiga, penelitian Desi Fatmawati berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Dropship Online* (Studi Kasus Ariana Shop)”. Penelitian tersebut memfokuskan permasalahan pada praktik *dropship online* di Ariana Shop, yang kemudian dianalisis menggunakan tinjauan hukum Islam. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dalam praktik *dropship online* di Ariana Shop ini, penjual/*dropshipper* tidak memiliki atau menyediakan barang

⁸ Febrian Bayu Nugroho, “Jual Beli Barang-Barang *Second* Dengan Sistem *Cash On Delivery* (COD) (Studi Kasus Pada Situs Forum Jual Beli Purwokerto)” *Skripsi* (Fakultas Syari’ah IAIN Purwokerto, 2017).

⁹ Anita Ratmawati, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Etika Promosi Penjualan Melalui Media (Studi Kasus Toko Aldis Store Desa Sampang Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap)”, *Skripsi* (Fakultas Syari’ah IAIN Purwokerto, 2017).

yang akan dijual, ia hanya bermodalkan foto yang diposting di toko *onlinenya*. Ditinjau dari hukum Islam dari segi kepemilikan barang yang dijual di Ariana Shop ini adalah hukumnya sah, dikarenakan barang yang diperjualbelikan adalah hasil kerja sama antara penjual/*dropshipper* dengan *supplier* selaku pemilik barang asli. Dan untuk akad yang digunakan dalam transaksi jual beli ini merupakan akad salam dan itu diperbolehkan.¹⁰ Penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang penjualan melalui *e-commerce*. Perbedaannya adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan transaksi penjualan, yang kemudian dianalisis menggunakan ekonomi Islam.

Berdasarkan kajian pustaka di atas, yang sama-sama meneliti tentang jual beli memanfaatkan teknologi dan melalui *online*, namun belum secara spesifik membahas terkait efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, perbedaan lokasi juga memungkinkan hasil penelitian yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah ada.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan, maka dalam skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

Pertama, bagian awal atau halaman formalitas yang meliputi: halaman judul, pernyataan keaslian, nota pembimbing, pengesahan, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, pedoman transliterasi dan daftar isi.

Kedua, Bagian Inti terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II landasan teori *e-commerce* dan penjualan perspektif ekonomi Islam, meliputi *e-commerce* beserta prosedurnya, konsep tentang penjualan, dan kajian ekonomi Islam terhadap penjualan melalui *e-commerce*.

Pada bab III Metode Penelitian yang meliputi: jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

¹⁰ Desi Fatmawati, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Dropship Online* (Studi Kasus Ariana Shop)", *Skripsi* (Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto, 2017).

Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian tentang efektivitas *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto, dan perspektif ekonomi Islam terhadap penjualan melalui *e-commerce*.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah pada penelitian ini, saran-saran dan kata penutup.

Ketiga, Bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Efektivitas *E-Commerce* dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Komputer EG Computer Purwokerto, maka peneliti menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Penjualan EG Computer Purwokerto menggunakan sistem *e-Commerce* terbukti dapat meningkatkan volume penjualan produk-produk di EG Computer Purwokerto. Di tahun 2018, dengan rekap per Agustus 2018, penjualan melalui Bukalapak sudah mencapai 863 unit, sedangkan penjualan melalui Tokopedia sudah mencapai 855 unit. Data volume penjualan di atas, belum termasuk penjualan sparepart di EG Computer Purwokerto. Dalam melakukan transaksi penjualan via internet, EG Computer Purwokerto memiliki website yang dimanfaatkan khusus untuk berjualan via internet dengan alamat www.egkomputer.com dan egkomputer.blogspot.com. Berbagai produk komputer mulai dari hardware, periferal komputer, sparepart laptop dan accessories. EG Computer juga memiliki akun di *online marketplace* atau pusat perbelanjaan daring terkenal di Indonesia, yaitu bukalapak dan tokopedia dengan akun @eg_computer. Akun tersebut juga terintegrasi dengan website yang telah dimiliki EG Computer Purwokerto.
2. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan pada Toko Komputer “EG Computer” Purwokerto, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara internet ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. *Ijab qabul* biasa dilakukan via sms, dan mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli secara

elektronik merupakan hubungan hukum yang dilakukan dengan memadukan jaringan (*network*) dari sistem informasi yang berbasis komputer dengan system komunikasi yang berdasarkan jaringan dan jasa telekomunikasi. Dalam tinjauan ekonomi Islam dan Para imam mazhab sepakat bahwa jual beli itu dianggap sah jika dilakukan oleh orang yang sudah balig, berakal, kemauan sendiri, dan berhak menjalankan hartanya. Pandangan ekonomi Islam tentang bisnis *online* atau *website* menunjukkan bahwa berkembang pesat saat ini. Dan ekonomi Islam salah satu prestasi terbesar dalam peradaban Islam, dan banyak yang percaya bahwa umat Islam dapat mempertahankannya dan masih berupaya untuk menemukan bentuk hukumnya sendiri di dunia modern. Mereka dapat mengambil hal-hal yang bermanfaat, tanpa harus mengorbankan identitas budayanya.

B. Saran

Agar dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi strategi pemasaran dan penjualan EG Computer Purwokerto, maka hal-hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan pelayanan konsumen dengan penjualan yang aman dan terpercaya dengan menampilkan gambar produk yang sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya dan adanya respon yang lebih cepat dari pihak toko terhadap pemesanan maupun komplain pelanggan.

Selain itu, EG Computer Purwokerto perlu menyediakan layanan pembayaran untuk penginputan nomor rekening dan penarikan dari pihak toko *online* sesuai dengan pembayaran yang melakukan persetujuan pembelian dan lebih meningkatkan pengawasan dalam proses penjualan agar tidak merugikan pihak pembeli (rekening bersama).

Harapan peneliti agar skripsi ini menjadi bahan kecil dari upaya untuk mengetahui perjanjian jual beli melalui media elektronik pada *website* dalam ekonomi Islam. Untuk mencegah adanya kerugian dalam jual beli via internet atau *website*, maka kedua pihak harus berhati-hati dalam bertransaksi sehingga kedua pihak saling menguntungkan baik pihak penjual maupun pembeli. Sehingga tidak adanya *riba'* judi tipu menipu dalam jual beli online ini, karena

hal itu merupakan sarana untuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil. Bisnis *online* atau *website* menunjukkan bahwa berkembang pesat saat ini sistem yang dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan *efisien* dan *efektivitas* dalam berbisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi (internet) untuk meningkatkan kualitas produk atau *service* dan informasi serta mengurangi biaya-biaya yang tidak diperlukan. Seluruh kalangan atau konsumen dan produsen ,sebaiknya saling membantu agar tidak ada lagi kecurangan dalam bertransaksi dan perlu adanya kepercayaan antara kedua belah pihak.



DAFTAR PUSTAKA

- Akmal. *Pemeriksaan Intern*. Jakarta: Indeks Indonesia, 2006.
- al-Zuhaili, Wahbah. *al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh*. Jilid IV. Damaskus: Dar al-Fikr, t.t.
- Anthony, Robert N & Vijay Govindarajan. *Management Control System*. Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Anwar, Saefuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Askan, Ahsan. *Tafsir Ath- Thabari*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2008.
- Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Assuari, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Atmojo, Panggih Dwi. *Internet Untuk Bisnis I*. Yogyakarta: Dirkomnet Training, 2002.
- Badruzaman, Mariam Darus dkk. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Choi, Soon-Yong dkk. *The Economics of Electronic Commerce*. Indiana: Macmillan Technical Publishing, 1997.
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Ding, Julian. *E-Commerce: Law & Practice*. Malaysia: Sweet & Maxwell, 1999.
- Djamil, Fathurrahman. *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Fatwa DSN Nomor: 34/DSN-MUI/IX/2002 tentang *Letter of Credit* Ekspor Syariah

- Fatwa DSN Nomor: 80/DSNMUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah Dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek.
- Hadi, Sutriano. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Hall, James A. *Accounting Information System. Seventh Edition*. Mason: Cengage Learning, 2011.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Jonathan, Albertus. *Strategi Business To Business (B2B) Dalam Manajemen Bisnis Perusahaan*. Surabaya: Universitas Khatolik Widya Mandala, 2012.
- Makmur, Rahmat. *Manajemen E-Commerce*. Bandung: Informatika, 2018.
- Maktabah Syamilah. *Shahih Muslim*. Jilid. 9. Hadis Nomor 3010.
- Maktabah Syamilah. *Sunan Abu Daud*. Jilid. 3. Hadis Nomor 3503.
- Maktabah Syamilah. *Sunan Ibn Majah*. Jilid 2. Hadis Nomor 2355.
- Manshur, Muhammad Khalid. *al-Ahkam al-Thibbiyyah al-Muta'alliqah bi al-Nisa' fi al-Fiqh al-Islami*. cet. 2. Yordania: Dar al-Nafa'is, t.t.
- Maulana, Agus. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Binarupa Aksara, 2002.
- McLeod, Raymond Jr dan Schell, George P. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Purbo, Onno W. dan Aang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang Arif. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Rachman, Maman. *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*. Semarang: IKIP Semarang, 1999.
- Romney, Marshall B. dan Paul John Steinbart. *Accounting Information System Sistem Informasi Akutansi*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Sanjaya, Ridwan & Wisnu Sanjaya. *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online)*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2009.

- Sanusi, Arsyad. *E-commerce Hukum dan Solusinya*. Jakarta: Mizan Grafika Sarana, 2001.
- Scheerens, Jaap. *Menjadikan Sekolah Efektif*. Ciputat: Logos Wacana Ilmu, 2000.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Singarimbun, Masri dan Effendi Sofian. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: Midas Surya Grafindo, 1989.
- Stair, Ralph M. dan George W. Reynolds. *Principles of Information System: A Managerial Approach Ninth Edition*. Boston: Cengage Learning, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suparni, Niniek. *Cyberspace Problematika Dan Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1998.
- Wahib, Abdul dan Mohammad Labib. *Kejahatan Mayantara (Cybercrime)*. Bandung: Refika Aditama, 2005.
- Ya'qub, Hamzah. *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi)*. Bandung: Diponegoro, 1984.

IAIN PURWOKERTO