

## PERAN E-COMMERCE DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN KE RIPIK SINGKONG CINTA DI KABUPATEN LANGKAT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

**Harjo Santoso**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [harjosantoso16@gmail.com](mailto:harjosantoso16@gmail.com),

**Muhammad Muchlis**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Purnama Sari**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Siti Nurhalita**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : [sitinurhalita0611@gmail.com](mailto:sitinurhalita0611@gmail.com)

**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan,

Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis: [harjosantoso16@gmail.com](mailto:harjosantoso16@gmail.com)

### **Abstract**

*The development of internet technology is supported by developments in technology, computers, and telecommunications. Business people no longer need to bother looking for any information to help their activities thanks to the internet. This study aims to find out the role of e-commerce in increasing the income of cassava chips in Cinta Rara District in terms of Islamic business ethics. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The purpose of this qualitative research methodology, which combines descriptive techniques with samples and populations, is to provide an overview or description of the topic under study. The information used in this study is secondary data collected from books, previous research publications, and other literary works. The role of e-commerce, increasing income, and the love of Langkat Regency for cassava chips are the independent variables in this study. The results of the study state that Electronic Commerce (E-Commerce) has a key role in increasing revenue because it is devoted to increasing consumer demand, which in turn increases sales.*

**Keywords:** E-commerce, Islamic Business Ethics, Improvement

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi internet didukung oleh perkembangan teknologi, komputer, dan telekomunikasi. Pelaku usaha tidak perlu lagi bersusah payah mencari informasi apapun untuk membantu aktivitas usahanya berkat internet. Kehadiran e-commerce tak serta merta berpengaruh pada semua lapisan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran e-commerce dalam peningkatan pendapatan keripik singkong cinta kabupaten langkat ditinjau dari etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan

---

Received October 07, 2022; Revised November 22, 2022; Accepted Desember 30, 2022

\*Corresponding author, e-mail [harjosantoso16@gmail.com](mailto:harjosantoso16@gmail.com)

pendekatan deskriptif, tujuan metodologi kualitatif penelitian ini yang menggabungkan teknik deskriptif dengan sampel dan populasi adalah untuk memberikan gambaran atau gambaran tentang topik yang diteliti. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dikumpulkan dari buku, publikasi penelitian sebelumnya, dan karya sastra lainnya. Peran e-commerce, peningkatan pendapatan, dan kecintaan Kabupaten Langkat terhadap keripik singkong menjadi variabel bebas dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa *Electronic Commerce (E-Commerce)* memiliki peran kunci dalam meningkatkan pendapatan karena difokuskan untuk meningkatkan permintaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan.

**Kata kunci:** *E-commerce, Etika Bisnis Islam, Peningkatan*

## **Pendahuluan**

Pendapatan yang tinggi adalah salah satu indikator yang ingin dicapai oleh segala bentuk usaha dari berbagai bidang, ada beberapa factor yang mempengaruhi tercapainya pendapatan yang tinggi pada sebuah usaha antara lain yaitu aset. Aset dapat menghasilkan pendapatan, tetapi aset dibangun dari waktu ke waktu melalui aktivitas sebelumnya. Kami memperoleh penghasilan sebagai hasil dari pembelian dan penjualan produk dan layanan. Titik awal untuk analisis ekonomi adalah dunia nyata. Masalah kesenjangan antar kelompok pendapatan dan antar pelaku usaha pada dasarnya dapat dikurangi dengan proses jual beli yang meningkatkan pendapatan, serta mengurangi kemiskinan dan lapangan kerja. Distribusi kesempatan kerja per sektor menjadi salah satu indikator perubahan struktur ekonomi. Indikasi industrialisasi adalah berubahnya prospek lapangan kerja dari sektor pertanian ke sektor industri. Pada Era Otonomi Daerah, pertumbuhan industri Indonesia harus mampu menjawab semua masalah yang ditimbulkan oleh globalisasi ekonomi dan mengantisipasi bagaimana lingkungan akan berubah dari waktu ke waktu. (Selvadurai, 2011) Pesatnya pertumbuhan teknologi dan era globalisasi ekonomi menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat antar pemilik bisnis yang menyebabkan perekonomian global mengalami pergeseran yang sangat cepat. Selain itu, penjualan produk harus mengakui bahwa perubahan teknologi seringkali berdampak pada margin keuntungan.

Industri Indonesia harus mampu merespon perubahan tersebut dan merangkul perubahan lingkungan yang telah terjadi dan akan berlangsung di masa depan. Hal ini berlaku untuk semua subsektor industri, termasuk sektor pangan Indonesia. Salah satu sektor yang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, adalah industri makanan. Untuk meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen, beberapa jenis makanan dengan tampilan menarik tetap diproduksi. Tak perlu dikatakan bahwa tujuannya di sini adalah untuk mencapai margin keuntungan yang signifikan, yang juga harus dipenuhi dalam pemasaran.

Tentu saja, rencana pemasaran yang kuat yang mencerminkan laju globalisasi atau zaman pembangunan diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Berbagai bentuk pemasaran telah berkembang dengan gelombang globalisasi saat ini. Salah satu topik yang paling sering diangkat adalah pemasaran online, baik melalui website tertentu maupun aplikasi tertentu.

Perubahan cara produsen dan pelanggan berkomunikasi disebabkan oleh kemajuan teknologi. Alih-alih terjun langsung ke lapangan, seperti penjualan online, konsumen akan menggunakan teknologi informasi untuk membandingkan produk serupa guna mengumpulkan pengetahuan tentang produk yang akan mereka beli. Memanfaatkan teknologi yang sudah Anda miliki adalah jawaban untuk menggunakan teknologi yang tepat. Istilah “bisnis online” dan “technopreneur” kini banyak digunakan di dunia online. Ada banyak website di Internet yang memberikan prospek menarik. (Triyono, 2018) Jalan baru untuk komunikasi interaktif antara pembeli, penjual, dan mitra bisnis lainnya dibuka oleh internet. Hal ini memungkinkan bisnis untuk terus berkomunikasi dan bekerja sama dalam pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, layanan, dan dukungan teknis. (Yuliana, 2020)

Produsen besar dan kecil, serta penjual eceran secara keseluruhan, baru-baru ini lebih menyukai *e-commerce*. Hal ini dikarenakan iklan melalui media internet lebih memudahkan untuk menjangkau masyarakat dan memperkenalkan atau menjual barangnya. Konsumen dan produsen dapat melakukan bisnis dengan lebih mudah berkat *e-commerce*. Di Kabupaten Langkat, beberapa pelaku bisnis bergerak di bidang *e-commerce*. Dengan bantuan sistem ini, banyak pemain perusahaan menggunakan taktik pemasaran dalam penjualan barang dan jasa. Hal ini sebanding dengan industri makanan di Kabupaten Langkat yang sudah banyak menggunakan sistem online, termasuk produksi keripik pisang.

*Electronic commerce (E-commerce)*, juga disebut sebagai belanja online, adalah praktik menjalankan bisnis melalui penggunaan komputer dan alat komunikasi elektronik digital, juga dikenal sebagai telekomunikasi data, untuk melakukan penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, dan promosi atas barang dan/atau jasa. Selain itu, dengan memanfaatkan jaringan internet, jenis usaha ini juga dapat dilakukan dalam skala global. Pelaku bisnis diantisipasi untuk memanfaatkan sepenuhnya teknologi yang dikembangkan dengan baik yang sudah tersedia serta berbagai platform *e-commerce* yang terus berkembang. Melihat sisi positifnya, *e-commerce* menawarkan banyak keuntungan bagi pemilik bisnis, terutama mereka yang memiliki sedikit atau bahkan tidak ada uang tambahan untuk beriklan.

Para pelaku bisnis yang ingin mengembangkan usahanya melalui e-commerce akan memiliki peluang yang sangat besar berkat status literasi digital penduduk Indonesia. (Sara, 2020)

Kehadiran e-commerce tak serta merta berpengaruh pada semua lapisan. Ada yang berhasil menggunakan namun ada beberapa usaha yang tak menggunakan e-commerce dalam menjalankan usahanya, sehingga peran e-commerce disini dapat dipertanyakan. Berdasarkan pemaparan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis “Peran *E-Commerce* Dalam Peningkatan Pendapatan Keripik Singkong Cinta Kabupaten Langkat Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”.

## **Kajian Teori**

### **Peran *E-commerce***

*E-commerce* sangat penting bagi pertumbuhan suatu perusahaan karena membuat transaksi menjadi lebih mudah dan efisien karena kini dapat diakses secara online. dapat diakses melalui sejumlah layanan online atau program yang terhubung ke internet. Pelanggan dan bisnis mendapatkan keuntungan dari kemudahan dan keuntungan ini. *E-commerce* adalah alat yang dapat menghubungkan bisnis, klien, dan masyarakat umum untuk memberikan layanan, berbagi informasi, dan melakukan aktivitas transaksi online.

Di banyak negara, termasuk Indonesia, transaksi jual beli online kini sering disebut sebagai “*e-commerce*”. Pemanfaatan media sosial dan aplikasi di jaringan internet membuka peluang untuk berkembang menjadi salah satu media bisnis paling menjanjikan di era milenial. (Kaenadi, 2022) *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui internet. (Rosmadi, 2021) *E-commerce* dapat mengurangi biaya operasional perusahaan sambil mengalihkan semua pengeluaran pemasaran dari saluran tradisional ke saluran digital. Pemesanan langsung, presentasi elektronik, penagihan otomatis, keamanan akun pelanggan, pemrosesan pembayaran, dan penanganan transaksi, yang meliputi distribusi, adalah proses yang sekarang digunakan dalam *e-commerce*. (Julisar, 2018)

Banyak orang memanfaatkan perdagangan elektronik, atau e-niaga, saat ini, dan banyak pemilik bisnis serta organisasi mempercayai situs web berbasis e-niaga untuk menyediakan atau menjual barang dan jasa mereka. *E-commerce* telah secara signifikan mengubah cara bisnis dilakukan. *E-commerce* sebagai alat pengembangan bisnis untuk bisnis dan pengusaha. *E-commerce* memungkinkan kita meluncurkan produk secara global, meningkatkan pendapatan untuk bisnis dan kontraktor independen dengan cara yang lebih

efektif dan efisien. Selain itu, dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk promosi, komunikasi, dan informasi. (Iswandi, 2021)

## Pendapatan

Karena pendapatan akan menentukan perkembangan perusahaan, maka pendapatan merupakan komponen yang paling krusial dalam sebuah bisnis. Oleh karena itu, bisnis harus melakukan segala upaya untuk menggunakan sumber dayanya saat ini seefektif mungkin untuk menghasilkan pendapatan yang diharapkan. Dalam PSAK Nomor 23 Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Arus masuk bruto keuntungan ekonomi dari operasi reguler entitas dalam suatu periode waktu disebut sebagai pendapatan jika pertumbuhan ekuitas bukan merupakan konsekuensi dari kontribusi investor. (Keuangan, 2019)

Ilmu ekonomi mendefinisikan pendapatan sebagai pengeluaran terbanyak seseorang dalam jangka waktu tertentu sambil mengantisipasi bahwa situasinya tidak akan berubah pada akhir waktu tersebut. (Huda, 2019) Dengan kata lain, pendapatan mencakup aset yang ada pada awal periode dan semua hasil yang direalisasikan selama periode tersebut, tidak hanya yang dikonsumsi.

Setiap bisnis sangat bergantung pada pendapatannya. Tidak mungkin memperoleh pendapatan atau pendapatan tanpa adanya pendapatan. Pendapatan adalah hasil akhir dari operasi perusahaan, yang meliputi hal-hal seperti penjualan, biaya, bunga dividen, loyalitas pelanggan, dan sewa. Selain itu, pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai hasil dari lini bisnis utama perusahaan atau dari penjualan barang atau jasa yang biayanya diserap untuk menghasilkan laba kotor. (Munawir, 2020) Pendapatan dapat juga diartikan sebagai (Sholihin, 2021) :

- a. Semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu (pendapatan pendapatan).
- b. Penerimaan uang dari investasi.

Sebaliknya, uang yang diperoleh melalui cara legal dianggap sebagai pendapatan dalam Islam. Allah SWT akan melimpahkan manfaat atas penghasilan yang halal. Harta yang diperoleh dengan cara haram, seperti mencuri, korupsi, dan menjual barang haram, tidak hanya akan menimbulkan kesengsaraan atau penderitaan di dunia ini, tetapi juga akan membawa penderitaan di akhirat. Kekayaan yang diperoleh secara sah akan diberkati. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam (Q.S. An- Nahl Ayat 114):

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”.*

### **Etika Bisnis Islam**

Istilah etika (*ethics*) berasal dari kata Yunani, yaitu *ethos* (bentuk tunggal), yang mengacu pada kebiasaan, pemikiran batin, kecenderungan melakukan sesuatu, kepribadian, sikap, dan gaya berpikir. Bentuk jamak disebut *tha etha*, yang berarti adat istiadat. (Khoirudin, 2021)

Pengertian etika menurut etimologi dari bahasa Yunani adalah “*Ethos*” , yang mengacu pada budi pekerti atau adat kebiasaan. Etika dan bahasa moral biasanya saling terkait erat. Yang merupakan istilah dari bahasa Latin, yaitu “*Mos*” dan dalam bentuk “*Mores*”, yang juga mengacu pada kebiasaan atau cara hidup seseorang, yang meliputi bertindak sopan dan melakukan kegiatan yang baik. Moral dan moralitas kurang lebih sama pentingnya, dengan moral atau moralitas digunakan untuk menganalisis tindakan yang diambil dan etika digunakan untuk menyelidiki sistem nilai yang ada. (Sunyoto, 2021)

Studi etika adalah subbidang filsafat yang berurusan dengan prinsip-prinsip moral yang memandu interaksi kelompok dan individu di antara orang-orang. (Veithzal Rivai, 2021) Islam menyebut etika sebagai moralitas. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan akhlak sebagai tingkah laku atau watak seseorang. Terlepas dari kenyataan bahwa kata moralitas berasal dari bahasa Arab, yang biasanya diterjemahkan sebagai "karakter, kebiasaan, atau bahkan agama", Al-Qur'an tidak menggunakan kata ini. Yang ditemukan hanyalah bentuk tunggal, kata tersebut, yaitu *khuluq* yang tercantum dalam Q.S Al-Qalam Ayat 4 sebagai berikut (Harahap, 2021):

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

*Artinya: “Dan sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang luhur”.*

Aqidah Islamiyah yang berpendapat bahwa Islam adalah agama sekaligus ideologi sempurna yang mengatur seluruh elemen kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi, menjadi model etika bisnis Islam. Islam tidak membedakan antara bisnis dan etika, sebagaimana Islam tidak membedakan antara sains dan etika atau antara politik dan etika. Islam tidak membedakan antara spiritualitas dan materialisme atau antara agama dan negara. Dengan memisahkan agama dari kehidupan sehari-hari melalui sekularisme, paradigma Islam berbeda dengan paradigma kapitalis. Manusia dimotivasi oleh etika untuk bertindak secara bebas namun bertanggung jawab. Sementara itu, bisnis adalah organisasi yang bergerak

dalam kegiatan manufaktur dan menjual barang dan jasa yang diinginkan orang untuk menghasilkan uang.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penggunaan metode tersebut diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam tentang ucapan, tulisan, yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu. Dan untuk memperoleh data, peneliti menggunakan instrumen berupa wawancara mendalam (indepth interview) dan observasi lapangan serta dianalisis dengan cara non statistik sesuai dengan sifat metode penelitian deskriptif dimana peneliti akan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dari lokasi penelitian yang ada di Kripik Singkong Cinta di Kabupaten Langkat. Dengan tujuan untuk mengetahui peran E-commerce dalam peningkatan pendapatan Kripik Singkong Cinta dengan berlandaskan nilai-nilai Islam dengan prinsip dalam etika bisnis islam yaitu dengan memelihara tujuan syara' dengan cara menghindarkan kerusakan dari manusia.

### **Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran *E-commerce* Dalam Peningkatan Pendapatan Keripik Singkong Cinta Di Kabupaten Langkat Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam menyatakan bahwa *Electronic Commerce (E-Commerce)* memiliki peran kunci dalam meningkatkan pendapatan karena difokuskan untuk meningkatkan permintaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan. Sebagaimana yang dikatakan oleh ibu Nuraida sebagai pemilik usaha kripik singkong cinta pada wawancara yang dilakukan pada tanggal 19 November 2022 sebagai berikut:

" Dengan adanya media sosial sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan Kripik Singkong Cinta. Karena menurut beliau semenjak usaha nya menggunakan media sosial lebih banyak di kenal banyak orang, dan juga memudahkan para pelanggan untuk memesan kripik singkong cinta melalui platform yang sudah tersedia"

Dan dari pernyataan yang disampaikan oleh ibuk Nuraida sebagai pemilik usaha kripik singkong cinta saya menyimpulkan bahwa denga adanya e-commerce mampu memudahkan para pelaku usaha dalam menjual dagangan mereka, karna mudahnya akses internet pada saat ini dan canggihnya media elektronik pada masa sekarang. Dan ini sangat membantu para UMKM dalam memajukan usaha mereka.

Etika bisnis Islam berpendapat bahwa tidak mungkin memisahkan keduanya karena tuntutan etika bisnis, terutama dalam transaksi penjualan. Setiap pelaku bisnis (*entrepreneur*) harus berpegang pada prinsip-prinsip bisnis Islami agar perusahaannya dapat berfungsi secara efektif dan tetap sesuai dengan syariat Islam.

Aqidah islamiyah yang menjelaskan bahwa Islam adalah agama dan ideologi lengkap yang mengatur seluruh aspek kehidupan tanpa kecuali, termasuk aspek ekonomi, merupakan model etika bisnis Islam. Islam tidak membedakan antara bisnis dan etika, sebagaimana Islam tidak membedakan antara ilmu dan etika, atau antara politik dan etika.

Menurut Yusuf Al-Qardhawi, ekonomi Islam mengakui nilai properti dan statusnya dalam masyarakat, yang menciptakan ekonomi Islam. Kemampuan untuk menjadi kaya memungkinkan seseorang untuk memenuhi tanggung jawab seperti jihad, haji, dan zakat sambil mempersiapkan kemakmuran planet ini. Ekonomi Islam menuntut orang untuk bekerja keras dan kreatif. Islam membutuhkan usaha dan kerja keras. Islam melarang keputusasaan dan kelambanan.

Dalam hasil penelitian ini, *Electronic Commerce (E-Commerce)*, seperti yang digunakan atau dipraktikkan oleh produsen, sejalan dengan norma bisnis Islam, di mana pengusaha menjaga tingkat persaingan yang sehat saat mengoperasikan sistem *e-commerce*. Selain itu, pemilik usaha yang memanfaatkan sistem tersebut tetap menjunjung tinggi etika bisnis Islam di dalamnya, seperti tanggung jawab terhadap konsumen dan produk yang dipasarkan, seperti menjaga kualitas barang, menyampaikan kebenaran dengan memberikan spesifikasi produk yang akurat meskipun produk tersebut tidak langsung terlihat, dan memberikan kebebasan kepada setiap pemilik usaha lain yang menjual produk yang sama dan tidak mencemarkan nama baik sesama produsen meskipun sama-sama menjual barang yang sama. Selain itu, produsen terus memperlakukan pelanggan secara setara bahkan saat mereka melakukan pembelian online dan offline.

Islam sendiri membuatnya sangat jelas bahwa kita harus berperilaku adil saat berbuat baik. Demikian pula dalam menjalankan bisnis, seseorang harus memperlakukan pelanggan dan pelaku bisnis lainnya secara adil. Oleh karena itu, harus ada konsep keadilan dalam menjalankan bisnis online. Ibnu Khaldun, seorang ilmuwan Muslim yang sangat terkenal, menyebutkan variabel keadilan dalam kasus ini. Dalam kajian ini kelompok usaha (*entrepreneur*) dapat diibaratkan sebagai negara/organisasi dimana keadilan harus ditegakkan karena akan dinilai oleh Allah SWT. Sangat jelas terlihat dari perbincangan para ahli muslim

ini bahwa keadilan merupakan topik yang sangat penting dalam segala bidang kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi.

Selain itu, perkembangan bisnis sangat terbantu oleh *Electronic Commerce (E-Commerce)*, yang memungkinkan produsen untuk terus meningkatkan barang mereka dan memenangkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, pemilik bisnis dapat bertukar informasi menggunakan sistem ini untuk memajukan perusahaan mereka dan memperluas jaringan mereka. Menurut ekonomi Islam, perlu mendapatkan properti sesuai dengan etika bisnis Islam, sehingga tindakan apa pun dapat diterima, termasuk menggunakan *e-commerce* untuk meningkatkan pendapatan pengusaha dan mengembangkan perusahaannya.

Jelaslah bahwa memperoleh kekayaan melalui kerja keras dan perbaikan juga disarankan dalam Islam (mengubah keadaan). Perusahaan yang dibahas di sini secara aktif mencari prospek bisnis baru dengan teknologi yang sesuai dengan standar bisnis Islami. Sebuah hadis yang dirindukan Rasulullah SAW menjelaskan hal yang sama, mengatakan bahwa setiap muslim “harus berikhtiar mengganti tenaganya agar keluar dari kemiskinan dan semakin jauh dari kekafiran” (HR. At-Thabrani). Jelas dari penjelasan hadits di atas bahwa umat Islam harus kaya dan harus memanfaatkan sumber dayanya dengan baik. Kekayaan bukanlah miliknya sendiri; sebaliknya, itu adalah milik orang lain.

Tidak ada ayat atau hadits yang melarang orang menjadi kaya dalam literatur Islam. Untuk mendongkrak nilai produksi barang yang dijualnya, Keripik Pisang Cinta Kabupaten Langkat harus mengubah cara mempromosikan barangnya. Pemasaran dan penjualan melalui media *Electronic Commerce (E-Commerce)* diharapkan dapat membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya dan sejalan dengan standar bisnis Islam seiring dengan meningkatnya penggunaan internet secara global.

## Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Peran E-Commerce Dalam Peningkatan Pendapatan Keripik Singkong Cinta Di Kabupaten Langkat Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam adalah bahwa *Electronic Commerce (E-Commerce)* memiliki peran kunci dalam meningkatkan pendapatan karena difokuskan untuk meningkatkan permintaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Dalam hasil penelitian ini, *Electronic Commerce (E-Commerce)*, seperti yang digunakan atau dipraktikkan oleh produsen, sejalan dengan norma bisnis Islam, di mana pengusaha menjaga tingkat persaingan yang sehat saat mengoperasikan sistem *e-commerce*. Selain itu, pemilik usaha yang memanfaatkan sistem tersebut tetap menjunjung tinggi etika

bisnis Islam di dalamnya, seperti tanggung jawab terhadap konsumen dan produk yang dipasarkan, seperti menjaga kualitas barang, menyampaikan kebenaran dengan memberikan spesifikasi produk yang akurat meskipun produk tersebut tidak langsung terlihat, dan memberikan kebebasan kepada setiap pemilik usaha lain yang menjual produk yang sama dan tidak mencemarkan nama baik sesama produsen meskipun sama-sama menjual barang yang sama. Selain itu, produsen terus memperlakukan pelanggan secara setara bahkan saat mereka melakukan pembelian online dan offline.

### **Daftar Pustaka**

- Harahap, S. S. (2021). *Etika Bisnis Pespektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Huda, N. (2019). *Ekonomi Makro Islam*. JAKARTA: Prenada Nedia Group.
- Iswandi, A. (2021). Review E-commerce Dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis Keuangan dan Ekonomi Syariah* , 9.
- Julisar, E. M. (2018). Pemakaian E-commerce Untuk Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing. *Contech* , 6.
- Kaenadi, I. (2022). Pemanfaatan Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis Pada Era Society 5.0. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri* , 99.
- Keuangan, D. S. (2019). *Pernyataan Standar Akutansi Keuangan tentang Pendapatan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Khoirudin, M. d. (2021). *Etika Bisnis Islam*. Bandar Lampung: Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung.
- Munawir. (2020). *Analisi Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Rosmadi, M. L. (2021). Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19. *IKRA-ITH EKONOMIKA* , 27.
- Sara, K. D. (2020). Sara, K. D., & Fitryani, F. (2020). PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal EMA* , 66.
- Selvadurai, S. (2011). Pembangunan perindustrian dan Impak terhadap Ekonomi Lokal di Dumai, Riau, Indonesia. *Journal of Social Sciences and Humanities Universiti Kebangsaan Malaysia* , 302.
- Sholihin, A. I. (2021). *Buku Pintar Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, D. (2021). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

- Triyono, A. D. (2018). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship di Batik Solo 85. *JOurnal Sped Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* , 33.
- Veithzal Rivai, A. N. (2021). *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuliana, O. Y. (2020). Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* , 44.