Bridging: Journal of Islamic Digital Economic and Management
ISSN: 3025-9177
Vol. 1 No. 1 November 2023 Hal 265-270
Open Access: https://journal.alshobar.or.id/index.php/bridging

ANALISIS JUAL BELI MENGGUNAKAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ATAU PERDAGANGAN DI PLATFROM DIGITAL

Yusra Shabira[1], Tengku Alexander Hamzah Chalik[2], M. Miftah Al Qahtani[3], Manahilul Irfan[4], Nurbaiti[5]

[1,2,3,4,5] Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: yusrashabira043@gmail.com[1], talexanderhamzah@gmail.com[2], muhammadalqahtani2811@gmail.com[3], manahilulirfan7@gmail.com[4], nurbaiti@uinsu.ac.id[5]

INFO ARTIKEL
Sejarah Artikel:
Diterima, 31 Oktober 2023
Direvisi, 17 November 2023
Disetujui, 27 November 2023

KEYWORDS
Buying and selling transactions,
E-Commerce,
Digital Marketing

ABSTRACT

This research aims to reveal that e-commerce has changed the way of buying and selling significantly. In this way sellers can reach buyers from a distance, and buyers can also experience comfort and easier access in shopping online. Meanwhile sellers can find new opportunities to reach a wider market and can be accessed by all age groups, however There are challenges that require sellers to be able to keep up with developments in the digital world. E-commerce is a medium for opening up insight into buying and selling, services or other forms of using internet media. And can take advantage of e-commerce as a business opportunity for the younger generation. E-Commerce has benefits in online trading, this research aims to invite producers who sell merchandise offline because selling goods offline cannot reach consumers widely. To use e-commerce as a means of buying and selling in order to increase profits and expand consumer reach. In this research, it is a qualitative approach which places greater emphasis on aspects of in-depth understanding of a problem. In essence, field research is research carried out by exploring data sourced from the research field.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

KATA KUNCI
Transaksi jual beli,
E-Commerce,
Digital Marketing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bahwa e-commerce telah mengubah cara jual-beli secara signifikan. Dengan cara ini penjual dapat menjangkau pembeli dari jarak jauh, dan juga pembeli dapat merasakan kenyamanan dan akses yg lebih mudah dalam berbelanja secara online. Sementara itu penjual dapat menemukan peluang baru untuk mencapai pasar yang lebih luas dan dapat di akses di semua kalangan usia, namun terdapat tantangan yang menharuskan penjual untuk dapat mengikuti perkembangan dunia digital. E- commerce adalah media untuk membuka wawasan tentang jual beli, jasa atau bentuk lain menggunakan media internet. Serta dapat memanfaatkan e-commerce sebagai peluang usaha bagi generasi muda. E-Commerce ini memiliki manfaat dalam perdagangan online, penelitian ini bertujuan untuk mengajak para pelaku produsen yang menjual dagangan secara ofline karena menjual barang dengan cara ofline tidak dapat menjangkau konsumen secara luas. Agar menggunakan e -commerce sebagai

CORRESPONDING AUTHOR
Yusra Shabira
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Deli Serdang
yusrashabira043@gmail.com

sarana jual-beli guna untuk meningkatkan keuntungan dan jangkawan konsumen yang meluas. Dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalamterhadap suatu masalah hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yg bersumber dari lapangan penelitian

PENDAHULUAN

E-commerce adalah satu kesatuan dan berbeda dari perdagangan tradisional. Perbedaan pertama adalah dalam e-commerce, keputusan strategis utama lebih bergantung pada teknologi (HM.Arsyad Sanusi, 2014: 24).Semua keputusan strategis dalam eCommerce dipengaruhi oleh teknologi, termasuk desain visual toko online, kualitas layanan pelanggan, dan layanan kepada pelanggan atau konten situs web.Pada saat yang sama, dalam konteks bisnis tradisional, hubungan antara teknologi dan pilihan strategis tidak seketat di perusahaan yang berpartisipasi dalam e-commerce. (HM . Arsyad Sanusi, 2014 : 24)

Menurut Sautunnida (2008), proses transaksi dalam dunia bisnis dapat dilakukan secara elektronik tanpa adanya pertemuan fisik antara para pihak yang terlibat. Hal ini dimungkinkan berkat adanya media internet yang digunakan dalam proses tersebut. Dalam dunia bisnis, terdapat berbagai bentuk transaksi elektronik seperti electronic commerce atau yang biasa disebut e-commerce maupun e-com. Perniagaan elektronik, yang lebih dikenali sebagai e-commerce, merupakan hasil daripada perkembangan teknologi maklumat dan telekomunikasi. Pada tingkat yang signifikan, ini telah merubah cara manusia berinteraksi dengan lingkungannya, terutama dalam konteks aktivitas perdagangan. Dengan semakin meluasnya penggunaan Internet dalam kegiatan bisnis sehari-hari, secara tidak langsung telah tercipta suatu rumah baru yang disebut cyber space atau dunia maya (Sautunnida, 2008).

Dengan adanya perkembagangan teknologi informasi pada zaman ini, yang mengharuskan toko-toko fisik/ofline untuk mengikuti perkembangan di dunia teknologi, yang mana teknologi e-comers ini dapat meningkatkan daya saing yg lebih kompeten dan adil. bamyaknya peluang bisnis yang menggunakan transaksi secara online atau elektronik, seiring berkembangnya teknologi tersebut memungkinkan orang banyak untuk dapat berdagang secara online**,** ditemukanya teknologi internet memungkinkan penyebaran informasi yang sangat cepat dan akurat ke penjuru dunia menurut Alvin Toffeer disebut sebagai masyarakat gelombang ke tiga yaitu suatu masyarakat yang dengan hadirnya internet mengalami perubahan signifikan pada tiga dimensi kemanusiaan yaitu perilaku manusia, interaksi antar manusia dan hubungan antara manusia itu (HM. Arsyad Sanusi, 2014.vi).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah memeriksa literatur yang ada di database terindeks scopus yang berkaitan dengan analisis transaksi jual beli menggunakan E-Commerce dan dianalisis secara kualitataif. Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut: menemukan masalah atau topik utama dalam E-Commerce; menemukan informasi yang relevan; menyelidiki teori yang relevan; menemukan fondasi teori; dan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan. 1) Pencarian kata kunci, 2) Pencarian subjek, 3) Pencarian artikel ilmiah terbaru, 4) Pencarian kutipan dalam sumber-sumber ilmiah, dan 5) Pencarian melalui bibliografi adalah langkah-langkah dalam proses penelitian ini. Selain itu, kami mengumpulkan ulasan pelanggan dan data transaksi E-Commerce untuk menemukan pola, tren, dan elemen yang memengaruhi penjualan.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

E-commerce adalah solusi dagang yang sangat populer dan efektif di era digital saat ini. Hal ini memungkinkan penjual untuk menjual produk dan layanan secara online, menjangkau konsumen yang berada jauh dari jangkauan dapat lebih luas, dan memberikan kemudahan berbelanja bagi konsumen. Keuntungan utama e-commerce termasuk efisiensi biaya, aksesibilitas 24 jam, dan kemampuan untuk menjangkau pelanggan di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Namun juga perlu diperhatikan dari segi aspek keamanan, logistik, dan strategi pemasaran yang baik untuk kesuksesan dalam bisnis e -commerce

E-Commerce juga dapat mengurangi biaya operasional meskipun memerlukan biaya yang cukup besar diawal, dalam infrastruktur e-commerce biaya operasional seperti sewa toko fisik dan biaya yang di overhead dapat lebih rendah dari bisnis offline, namun juga perlu diperhatikan bisnis e-commerce ini harus memiliki Gudang untuk menyimpan stok barang.

Prosuder atau tata cara untuk menjual barang atau jasa menggunakan Teknik informasi sperti E- Commerce melalui platform shopee, ada beberapa langkah-langkah yang harus diikuti. Setiap prosuder yang di lakukan harus dengan penuh kejujuran sesuai dengan prinsip perdagangan syariah:

1. **Buat akun shopee**
   a. Mengunduh aplikasi shopee
   b. Membuat toko di aplikasi untuk pembuatan akun penjualan
2. **Verifikasi akun dengan nomor telepon ponsel yang valid**
   Memverifikasi akun juga bagian dari tata cara dari pembuatan akun shopee agar suplyer dapat menjual barang dagangannya secara online dan pembeli dapat berinteraksi dengan penjual, dengan menggunakan nomor yang telah terverifikasi oleh pihak shopee, agar penjual tidak mudah tertipu oleh penjualan yang merugikan si pembeli.
3. **Isi profil penjualan**
   Penjual harus memberi identitasnya sesuai dengan data pribadi yang tertera di KTP si pemilik toko. Dengan adanya informasi yang relefan tentang pemilik toko akan membuat para pembeli menjadi tertarik dengan barang atau jasa yang di tawarkan kepada konsumen.
4. **Mengupload barang**
   a. Masuk ke akun penjualan dan pilih tambah barang (didalam aplikasi) untuk menambah produk yang akan ditawarkan kepada konsumen secara online
   b. Unggah foto produk yang berkualitas dan jelas agar konsumen tertariik pada barang yang ditawarkan oleh produsen, contohnya seperti gambar dibawah ini:

c. Mengisi deskripsi produk informatif secara jelas dan sesuai dengan produk yang ditawarkan untuk dijual kepada konsumen. Berikut adalah contoh gambaran deskripsi produk yang akan di upload supplier pada akun penjualan di platform shopee

5. Atur Harga Dan Stok

a. Mengatur harga barang yang akan dijual juga menjadi aspek yang sangat penting dalam memasarkan barang**,** Mengatur harga pada foto yang diupload untuk menjadi pertimbangan pembelian barang yang ditawarkan produsen kepada konsumen agar konsumen tertarik pada barang yang ditawarkan penjual, produsen juga dapat menawarkan harga dengan menawarkan diskon di poduknya.

b. Menginformasikan jumlah barang yang masih tersedia di toko atau Gudang yang dimiliki penjual guna memberitahu konsumen jika barang yang dijual masih tersedia dan dapat dipesan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

6. Memilih Metode Pengiriman dan pembayaran

a. Platform Shopee memberikan metode pengiriman yang sesuai dan ditentukan biayanya, seperti menggunakan Sicepat, JNT, JNE, Dll. Metode pembayar dapat dilakukan dengan banyak cara yang biasa di tawarkan oleh platfom dengan cara mentransfer ke rekening penjual dan bisa juga dengan COD (cash on delivery).

KESIMPULAN

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa e-commerce adalah alat yang mampu untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Ini memberikan akses ke pasar yang lebih luas, tetapi juga memerlukan perencanaan dan investasi yang baik. Penting untuk memahami bahwa keberhasilan dalam e- commerce tidak terjadi secara instan, dan memerlukan komitmen jangka panjang dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan.

Para pegiat ekonomi melihat sistem ini sebagai solusi alternatif. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa dalam sistem e-commerce, barang, jasa, dan data ditransfer baik dari perusahaan ke perusahaan maupun dari perusahaan ke konsumen (biasanya disebut "bisnis ke bisnis").

Pemahaman Pelanggan : Kenali pelanggan Anda dengan baik. Gunakan data pelanggan untuk memenuhi preferensi dan kebutuhan mereka.

Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Ada beberapa saran dari kami untuk mempublikasikas produk penjualan melalui e-commerce ini dengan berbagai cara agar menarik pelanggan untuk dapat tertarik melihat produk dari produsen berikut tips dan saran dari kami antara lain:

1. Pemasaran Digital : Investasikan dalam strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau audiens online. SEO, iklan online, dan media sosial dapat membantu.
2. Layanan Pelanggan Online : Memberikan layanan pelanggan yang responsif dan efisien secara online.Tanggapi pertanyaan dan masalah pelanggan dengan cepat.
3. Keamanan Online : Pastikan bahwa situs e-commerce Anda aman untuk berbelanja. Perlindungan data pelanggan adalah kunci.
4. Logistik dan Pengiriman : Rencanakan dengan baik logistik dan pengiriman barang untuk memastikan pelanggan menerima pesanan dengan baik dan tepat waktu.
5. Evaluasi dan Perbaikan : Terus pantau kinerja bisnis Anda secara online dan perbaiki berdasarkan data dan umpan balik pelanggan.
6. Integrasi Multisaluran : Jika memungkinkan, mengingat untuk mengintegrasikan toko fisik dan online untuk pengalaman belanja yang lebih baik.

REFERENSI

(STUDI KASUS PADA TOKO PASTBRIK KOTA MALANG)' Malang : Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)

Arda Mutia dan Pulungan Delyana, 2019, *'ANALISIS PENGARUH FAKTOR KESUKSESAN PENGADOPSIAN E-*

Arifah Fatimah, 2015, ' *ANALISIS SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING*

Azizah Mabarroh,, 2020,' *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee'*,Semarang:Universitas Semarang

COMMERCE PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA MEDAN', Sumatera Utara Medan: Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi

DALAM BISNIS ONLINE,Magelang: STMIK Bina Patria Magelang

Hafira Dinda dkk, 2023, '*Pengaruh Modal Kerja Dan Transaksi Online (E-Commerce), Dan Labelisasi Halal Terhadap Pendapatan UMKM Muslim Di Kota Medan Dalam Konsep Mashlahah',* Sumatera utara Medan : JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)

Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha

Kurniawati Annisa, 2019, *'TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF ISLAM'*, Ponorogo : Journal of Islamic Economic and Business

Miftah Shabur dkk, 2015, *'IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE*

Rasapta Diki dkk, 2022, *'MENGENAL DAN MENERAPKAN ECOMMERCE UNTUK MENGAMBIL PELUANG*

Susanti Deery, 2020, *'Jual Beli Online Menurut Hukum Islam', Aceh :* Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam

USAHA UNTUK GENERASI MUDA DI SMK BISTEK CIBINONG', Banten Tanggerang Selatan : Abdi Jurnal Publikasi

Yolanda Yolan dan Dessyana, 2022, '*PENGARUH FINTECH, TEKNOLOGI INFROMASI, DAN ECOMMERCE TERHADAP KEPUASAN FINANCIAL MASYARAKAT KOTA MEDAN', Sumatera Utara Medan :* JIMAT (Jurnal