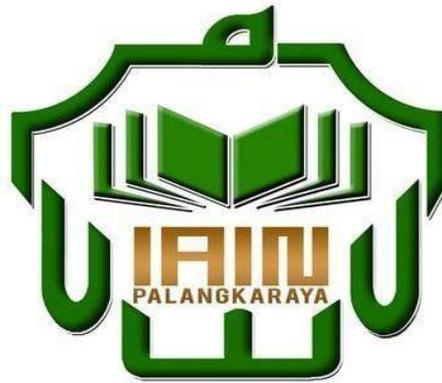


**PEMANFAATAN *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN
PRODUK KESEHATAN TIENS SYARIAH
DI KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Disusun Oleh:

MUHAMMAD KAMAL JAMALI

NIM. 170 412 0677

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2022 M / 1444 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PEMANFAATAN *E-COMMERCE* GUNA
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK
KESEHATAN TIENS SYARIAH DI KOTA
PALANGKA RAYA**

NAMA : MUHAMMAD KAMAL JAMALI

NIM : 1704120677

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

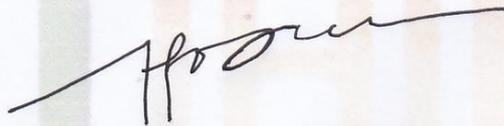
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, April 2022

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M.Si
NIP. 1974022011999031002

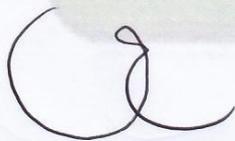


Rahmad Kurniawan, M.E
NIP. 198809122019031005

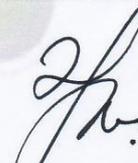
Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 197404232001121002



Dr. Itsla Yunisya Aviva, M.E.Sv
NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Palangka Raya, April 2022

Hal : Mohon Diuji Skripsi

Muhammad Kamal Jamali

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara :

NAMA : MUHAMMAD KAMAL JAMALI

NIM : 1704120677

JUDUL : **PEMANFAATAN E-COMMERCE GUNA
MENINGKATKAN PENJUALAN
PRODUK KESEHATAN TIENS SYARIAH
DI KOTA PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II



Ali Sadikin, M.Si
NIP. 1974022011999031002



Rahmad Kurniawan, M.E
NIP. 198809122019031005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PEMANFAATAN *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN TIENS SYARIAH DI KOTA PALANGKA RAYA”. Oleh Muhammad Kamal Jamali, NIM: 1704120677 telah dimunaqasahkan oleh tim *Munaqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

Hari : Senin

Tanggal : 08 Agustus 2022

Palangkaraya, 08 Agustus 2022

TIM PENGUJI

1. **Fadiah Adlina, M.Pd.I**
(Ketua Sidang/Penguji)

(.....)

2. **M.Zainal Arifin, M.Hum**
(Penguji I)

(.....)

3. **Ali Sadikin, M.Si**
(Penguji II)

(.....)

4. **Rahmad Kurniawan, S.E. Sy, M.E**
(Sekertaris Sidang/Penguji)

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 197404232001121002

PEMANFAATAN *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN TIENS SYARIAH DI KOTA PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh: Muhammad Kamal Jamali

NIM 1704120677

Penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya. Hal ini dikarenakan Bisnis *online* atau *e-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu proses jalannya transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan jaringan media internet. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. Salah satu kemudahan yang ditawarkan dengan adanya perkembangan teknologi ialah bisnis *online* yang sangat terkenal yaitu *e-commerce*, merupakan sejenis *marketplace* tempat dimana terjadinya transaksi bisnis *online*. Kondisi ini juga ditambah dengan adanya android sebagai salah satu sistem operasi pintar yang memang sangat tepat untuk mendukung menjalankan bisnis semacam *e-commerce*. Maka rumusan masalahnya adalah, (1) Bagaimana pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *e-commerce* dan sebelum menggunakan *e-commerce* di kota Palangka Raya; (2) Bagaimana prosedur penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pihak distributor aktif di Tiens Syariah dan 4 orang informan distributor aktif di Tiens Syariah serta orang yang menggunakan produk Tiens Syariah ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan teknik triangulasi metode dan triangulasi sumber, yaitu dengan cara membandingkan hasil data yang diperoleh dari beberapa metode pengumpulan data yang dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1)Pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *e-commerce* dan sebelum menggunakan *e-commerce* di kota Palangka Raya adalah: dimana kami sangat merasakan perbedaan yang sangat signifikan dan perkembangan *omzet* dan juga bonus hasil penjualan juga sangat meningkat dibandingkan dengan sebelum kami menggunakan *e-commerce*. (2)Prosedur penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya ini kami menerapkan berbagai standard *E-commerce* yaitu: Pertukaran Data Elektronik; Buka Pembelian di Internet;Protokol Perdagangan Terbuka;Standar Pembuatan Profil Terbuka; Lapisan Stoket Aman; Transaksi Elektronik yang Aman; dan Amanah.

Kata Kunci: Penjualan, *E-commerce*, Online, Tiens Syariah.

UTILIZATION OF E-COMMERCE TO INCREASE SALES OF TIENS SHARIA HEALTH PRODUCTS IN PALANGKA RAYA CITY

ABSTRACT

By : Muhammad Kamal Jamali
NIM (Register Number) 1704120677

The utilization of e-commerce to enhance sales of Tiens Syariah health items in Palangka Raya City is the subject of this study. This is because online business, also known as e-commerce, may simply be defined as the process of conducting online purchasing and selling transactions through the use of the internet media network. The sale and purchase of salam is described as purchasing and selling products by ordering and paying the price in advance with specified requirements, according to the Fatwa of the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council (DSN MUI) Number 05/DSN-MUI/IV/2000. One of the advantages provided by technological advancement is the well-known online industry of e-commerce, which is a type of marketplace. So, the problem is formulated as follows: (1) What is the use of selling Tiens Syariah health products through e-commerce and before using e-commerce in Palangka Raya; (2) What is the e-commerce method in raising sales of Tiens Syariah health products in Palangka Raya.

This is a field study that use descriptive qualitative research methods. The participants in this study include Tiens Syariah active distributors, four Tiens Syariah active distributor informants, and consumers who utilize Tiens Syariah products. Observation, interviews, and documentation approaches were employed to obtain data in this study. Validation of data utilizing method triangulation and source triangulation approaches, i.e., comparing the findings of data collected using a variety of ways.

The findings of this study show that (1) When selling Tiens Syariah health items through e-commerce vs before using e-commerce in Palangka Raya, we notice a big difference, and the growth of turnover and sales bonuses is also significantly higher than before we used e-commerce. (2) We use a variety of E-commerce best practices to increase sales of Tiens Syariah health items in Palangka Raya. These best practices include: Electronic Data Interchange; Open Buying on the Internet; Open Trading Protocol; Open Profiling Standard; Secure Stoket Layer; Secure Electronic Transaction; dan Truste.

Keywords: Tiens Syariah, E-commerce, Sale, Online.

6. Bapak Rahmad Kurniawan, S.E.Sy., M.E sebagai dosen pembimbing II dan dosen pembimbing akademik yang juga selalu membimbing peneliti dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran serta penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajarkan berbagai macam ilmu dan wawasan kepada peneliti.
8. Mamah dan abah dan juga sekaligus mamah mertua dan ayah mertuaku serta anakku yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti serta keselamatan selama menempuh pendidikan.
9. Teman teman angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Ekonomi Syariah kelas B yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palangka Raya, April 2022
Peneliti



Muhammad Kamal Jamali
NIM 1704120677

PERNYATAAN ORISINILITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Kamal Jamali

NIM . 1704120677

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PEMANFAATAN E-COMMERCE GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN TIENS SYARIAH DI KOTA PALANGKA RAYA”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung resiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, April 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Kamal Jamali

NIM 1704120677

MOTTO

“HADAPI LEWATI MENANGKAN”

**“SEBAIK-BAIKNYA MANUSIA ADALAH YANG BERMANFAAT
BAGI ORANG LAIN”**



Bapak menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.

- ❖ Teruntuk teman-teman seperjuanganku, ESY 17' khususnya Ekonomi Syariah kelas B yang memberikan banyak kenangan indah, baik suka maupun duka selama 4 setengah tahun kita bersama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Kalian adalah sebuah keluarga yang terbentuk karena mimpi dan perjuangan yang sama. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang bertakwa serta sukses dunia & akhirat.
- ❖ Terima kasih teruntuk almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, Semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda berkualitas harapan bangsa.
- ❖ Teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	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	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

مُتَأَقِّدِينَ	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

حِبَّة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَةُ الْوَلِيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah al-auliya</i>
------------------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بئذكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدْتِ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَيْسَ شَرِكْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي النُّرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13

B. Kajian Teori	22
1. Bisnis Online Syariah	22
a. Pengertian Bisnis Syariah	22
b. Pengertian Bisnis Online.....	24
c. Karakteristik Bisnis Online.....	25
d. Proses Penjualan Bisnis Online	26
e. Pengertian Bisnis Online Syariah	27
f. Jenis-jenis Akad Bisnis Online	28
2. <i>E-commerce</i>	29
a. Pengertian <i>E-commerce</i>	29
b. Proses <i>E-commerce</i> Dalam Dunia Bisnis	30
c. Pembagian <i>E-commerce</i>	34
d. Manfaat <i>E-commerce</i>	34
3. Penjualan.....	37
a. Pengertian Penjualan.....	37
b. Tujuan Penjualan	37
c. Tahap-tahap Penjualan.....	38
4. Produk Kesehatan Tiens Syariah	40
a. Pengertian Produk Kesehatan	40
b. Pengertian Tiens Syariah	42
5. Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	44
a. <i>Businnes to Business</i>	45
b. <i>Businnes to Consumer</i>	45

c. <i>Consumer to Consumer</i>	45
d. <i>Consumer to Business</i>	46
6. Karakteristik <i>E-commerce</i>	47
a. Transaksi Tanpa Batas	47
b. Transaksi Anonim.....	47
c. Produk Digital dan Non Digital	47
d. Produk Barang Tidak Berwujud	48
7. Standar Teknologi <i>E-commerce</i>	49
a. <i>Electronic Data Interchange</i>	49
b. <i>Open Buying on the Internet</i>	49
c. <i>Open Trading Protocol</i>	49
d. <i>Open Profiling Standard</i>	50
e. <i>Secure Socket Layer</i>	50
f. <i>Secure Electronic Transaction</i>	50
g. <i>Truste</i>	51
8. Ancaman Menggunakan <i>E-commerce</i>	51
a. <i>Planting</i>	51
b. <i>Sistem Penetration</i>	51
c. <i>Communications Monitoring</i>	51
d. <i>Communications Tampering</i>	51
9. Hambatan Implementasi <i>E-commerce</i>	52
C. Kerangka Pikir	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	55
1. Waktu Penelitian.....	55
2. Lokasi Penelitian.....	55
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	55

1. Jenis Penelitian.....	55
2. Pendekatan	56
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	56
1. Subjek Penelitian	56
2. Objek Penelitian.....	57
D. Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Teknik Observasi	57
2. Teknik Wawancara	58
3. Teknik Dokumentasi.....	58
E. Pengabsahan Data	59
F. Teknik Analisis Data.....	61
G. Sistematika Penulisan	62
BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN.....	64
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	64
1. Kota Palangka Raya	64
2. Tiens Syariah	68
a. Riwayat Tiens Syariah Internasional	68
b. Riwayat Tiens Syariah 764 Palangka Raya	69
c. Visi Misi Tiens Syariah Internasional	69
d. Struktur Stokis 764 Palangka Raya	70
B. Penyajian Data	71
C. Analisis Data	116
BAB V PENUTUP	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

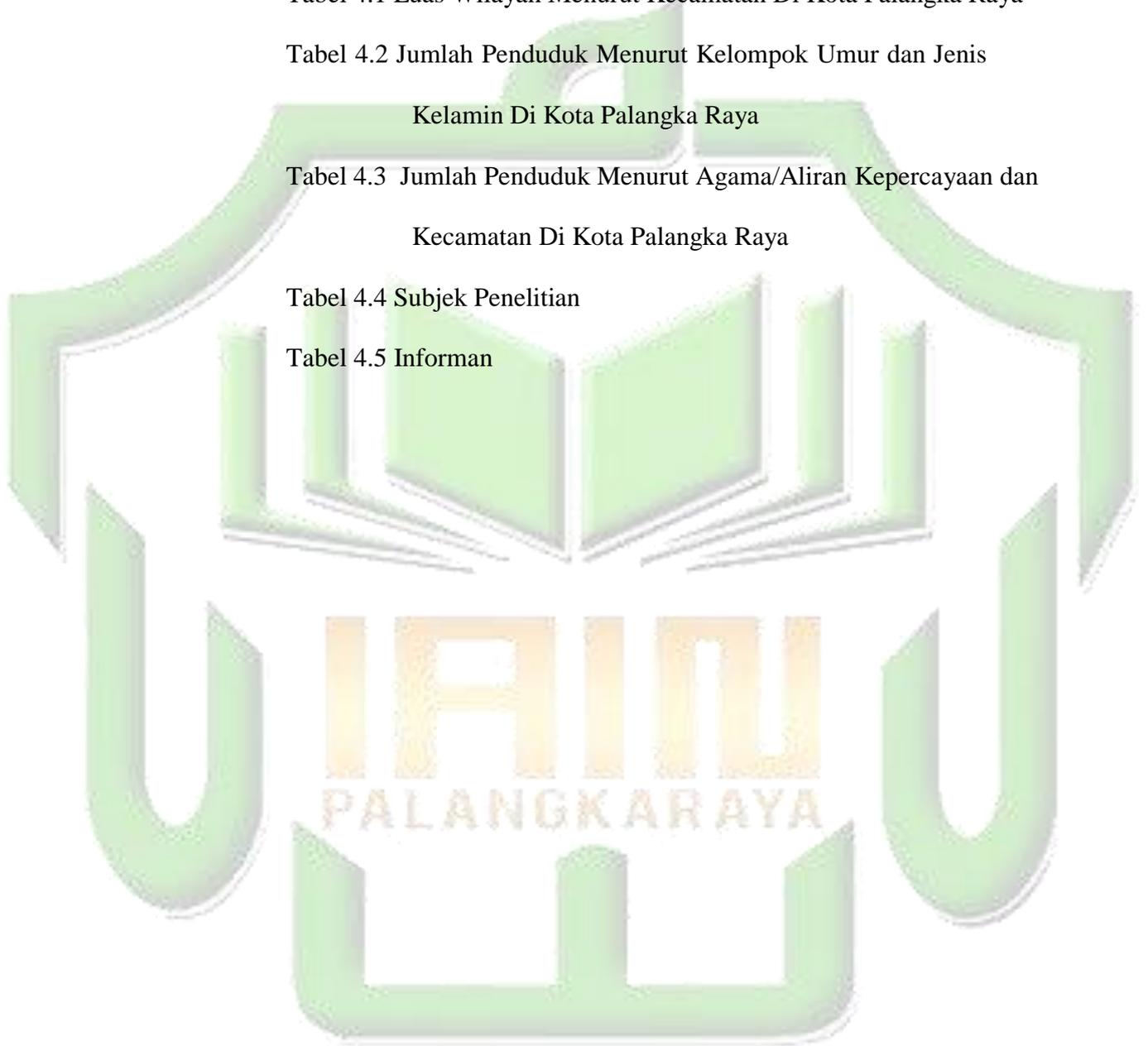
Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan Di Kota Palangka Raya

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis
Kelamin Di Kota Palangka Raya

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Menurut Agama/Aliran Kepercayaan dan
Kecamatan Di Kota Palangka Raya

Tabel 4.4 Subjek Penelitian

Tabel 4.5 Informan

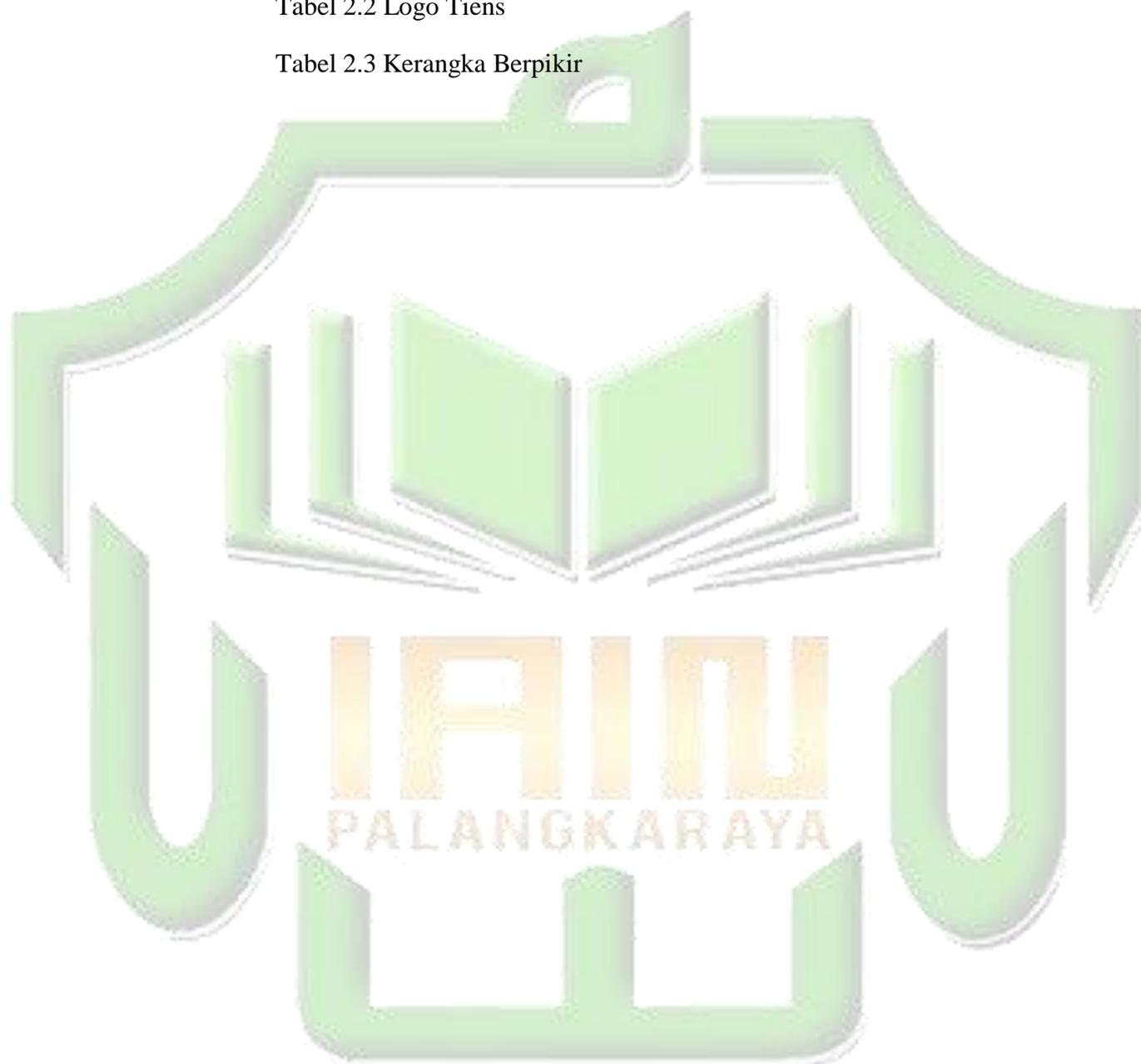


DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Proses Bisnis Penjualan Online

Tabel 2.2 Logo Tiens

Tabel 2.3 Kerangka Berpikir



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa ini seperti yang kita ketahui bahwa siapa yang tidak kenal dengan dunia maya yang sekarang disebut sebagai dunia *online*, dimana semua orang bisa berinteraksi dan berhubungan satu sama lain tanpa harus bertemu serta waktu dan tempat yang tentunya bersifat mempermudah, cukup menggunakan jasa internet untuk melakukan semua yang kita inginkan. Dengan beberapa pengaruh yang terjadi di akibatkan perkembangan penggunaan internet timbulah kegiatan bisnis *online* yang dimana perkembangan dari bisnis *offline*. Dengan ini suatu bisnis dapat lebih mudah dalam mengakses tentunya juga dapat menghemat biaya pemasaran serta waktu dan tempat yang efisien.

Seperti penulis ketahui bahwa bisnis *online* ini banyak atau sering sekali kejadian dimana dapat kita lihat bahwa produk yang kami jual ini berjumlah 1000 produk secara *offline* sedangkan apabila kami berjualan dengan *online* maka dapat terjual sebanyak 3000 produk. Hal ini berupa dampak positif terhadap produk yang kami jual. Sedangkan apabila dampak negatif nya berupa retur ini juga sering terjadi dan yang mesan misalkan secara metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) atau bayar ditempat maka sering kejadian bahwa setelah diantar oleh kurir ke tempat tujuan

malah tidak dibayar oleh si pemesan produk ini sehingga akhirnya produknya pun sering dikembalikan lagi.

Masalah pengangguran dan kemiskinan juga merupakan masalah besar bangsa Indonesia sekarang ini dan beberapa tahun kedepan. Tingkat pengangguran meloncat dari 6,08% menjadi 9,86% persen pertahun. Dan terus menaik menjadi 10,4% pada tahun 2006. Baru dimulai tahun 2007 terjadi sedikit penurunan. Jumlah pengangguran turun dari 10,55 juta orang (9,7%) tahun 2007 menjadi 9,43 juta orang (8,5%) tahun 2008 dan menjadi 9,26 juta orang (8,1%) tahun 2009. Dengan demikian jumlah penduduk miskin sedikit menurun dari 37,2 juta orang (16,6%) tahun 2007 menjadi 35 juta orang (15,4%) tahun 2008 dan menjadi 32,5 juta orang (14,2%) dalam tahun 2009. Disamping itu juga angkatan kerja terus menerus bertambah sekitar 2 juta orang per tahun.¹

Internet memiliki dampak yang sangat positif, terlebih lagi penggunaannya yang mudah diakses oleh segala kalangan sehingga menambah poin lebih teknologi ini. Termasuk dalam hal jual beli yang sudah banyak berkembang secara *online* melalui media internet. Dengan adanya bisnis *online* ini masyarakat tidak perlu lagi pergi ke pusat perbelanjaan, cukup dengan menggunakan media elektronik seperti komputer, laptop bahkan *handphone* segala kebutuhan yang dibutuhkan akan sangat mudah didapatkan. Salah satu kemudahan yang ditawarkan

¹Yuyus Suryano,dkk, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Kencana, 2011, h. 11.

dengan adanya perkembangan teknologi ialah bisnis *online* yang sangat terkenal yaitu *e-commerce*, merupakan sejenis *marketplace* tempat dimana terjadinya transaksi bisnis *online*. Kondisi ini juga ditambah dengan adanya android sebagai salah satu sistem operasi pintar yang memang sangat tepat untuk mendukung menjalankan bisnis semacam *e-commerce* ini. Sekarang internet bukan hanya sarana untuk bersenang-senang saja, melainkan perangkat *mobile* dengan sistem operasi android juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang digunakan untuk menunjang bisnis, dengan cara *online*.²

Disini peneliti akan sedikit menjelaskan atau menjabarkan tentang perbedaan pada tahun 2014 dan pada tahun 2017. Jadi awal saya join pada tahun 2014 kami belum mengenal dengan jualan *online* dan pada saat itu kami hanya mengenal jualan secara *offline*, dan kami juga melakukan bisnis nya juga secara *offline*. Jadi presentasi jualan nya juga *offline*. Jadi, kami presentasi dulu secara langsung *face to face* dan membuat janji terlebih dahulu dan biasanya kami pada waktu itu janji temunya bisa dirumah-rumah, di cafe-cafe atau bisa juga pada saat itu masih sekolah SMA jadi di sekolah. Jadi, pada intinya jualan nya juga seperti itu juga jadi habis selesai presentasi kami ada yang namanya demo produk.

Demo produk ini banyak contoh-contohnya, seperti banyak contoh-contohnya di youtube jadi setelah demo produk ini kami jelaskan khasiat

²Wahana Komputer, *Android For Online Business*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013, h. 2.

dari produk tersebut dan biasanya setelah demo produk itu baru terjual laku produk nya dan juga terkadang jualannya juga bisa menghubungi teman via WA dan peneliti juga jualannya secara biasa juga belum secara *online*. Kadang juga peneliti bisa membuat janji dengan ibu-ibu pengajian, lalu peneliti buat janji dengan salah satu ibu pengajian tersebut dan peneliti melakukan demo produk disana dan dari demo produk ini barulah terjadi penjualan produk. Pernah juga misalkan peneliti mendapatkan prospekan orang luar kota, maka peneliti temui prospekan peneliti itu dan disana peneliti melakukan demo produk juga. Pada intinya, apabila peneliti secara *offline* ini dengan cara demo produk dan menjelaskan secara langsung manfaat dari produk-produk yang ada kepada konsumen secara langsung. Jadi semua peneliti lakukan secara *offline* baik itu presentasi menjelaskan produk dan juga bisnisnya.

Tahun 2017 ini, peneliti memulai secara *online* dan peneliti mulai pertama di WA, jadi pasang *story-story* WA, terus juga instgram kalo untuk instgram ini peneliti mebuat akun khusus untuk jualan terus kalo sudah selesai membuat akun jualan, maka nanti aka ada yang namanya iklan, kalo dalam istilah peneliti itu biasa peneliti sebut dengan PP (*Paid Promote*), dan juga *endorse* setelah itu masuk ke *e-commerce* nya seperti shopee, tokopedia, JD.ID, OLX, dll. Jadi pada intinya perbedaan antara 2014 dengan 2017 terletak pada peneliti menjalankan bisnis ini. Pada 2014 peneliti hanya menggunakan *offline* sedangkan pada 2017 peneliti kombinasikan antara *offline* dan *online* nya. Kalo untuk sekarang

presentasinya juga bisa peneliti lakukan secara *online* bisa berupa *video call* WA, bisa juga menggunakan aplikasi Zoom, dsb. Tapi kalo pada tahun 2014 dulu peneliti itu harus *face to face* ke konsumen atau ke calon prospek.

Adapun proses bisnis *online* yang terjadi melalui internet terdapat dua hal, pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui website-nya (*online ads*). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (*online orders*), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer atau bahkan sekarang dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone*. Setelah pembeli merasa tertarik dengan produk yang mereka lihat melalui *e-commerce* atau bahkan media sosial, selanjutnya pembeli diharuskan membayar terlebih dahulu baru kemudian barang akan diproses untuk selanjutnya dikirim.³

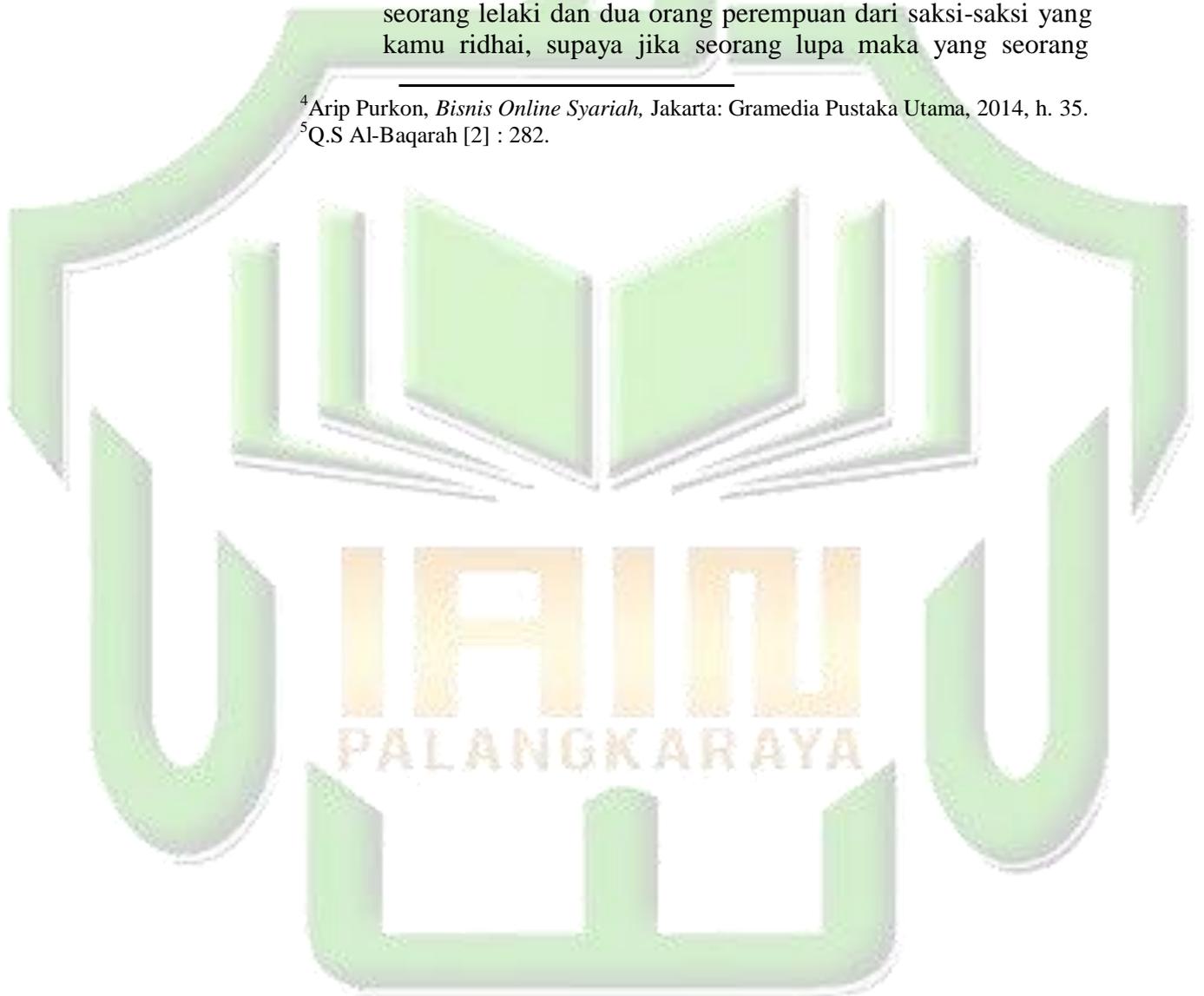
Bisnis *online* atau *e-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu proses jalannya transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan jaringan media internet. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara

³M.Husaini, *Bisnis E-commerce dalam Perspektif Islam, Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Komunitas*, Vol. 2, No. 3, 2017, h. 189.

kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang

⁴Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014, h. 35.

⁵Q.S Al-Baqarah [2] : 282.



mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Sesuai dengan firman Allah SWT di atas, Ibnu Abbas telah menafsirkan tentang utang piutang dalam jual beli salam. Keterkaitan tersebut sangat jelas dari ungkapan beliau: “saya bersaksi bahwa salam yang dijamin untuk jangka waktu telah dihalalkan oleh Allah pada kitabnya lalu.” Ia lalu membaca ayat tersebut. Sangat jelas bahwa setiap melakukan transaksi bisnis maupun utang piutang harus dilakukan pencatatan dengan cara yang benar dan jujur. Di dalam transaksi jual beli *online*, prinsip kejujuran menjadi sangatlah rentan karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan melalui bisnis *online* atau media sosial. Ada beberapa hal yang membedakan transaksi bisnis secara *online* dan konvensional, salah satunya adalah akad sebagai media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Akad atau ijab qabul dilaksanakan dengan ucapan lisan, tulisan atau isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis. Perlunya pencatatan dalam melakukan bisnis *online* merupakan hal yang sangat penting, karena barang yang dibeli

baru akan diproses dan dikirim setelah pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu.⁶

Fenomena yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti kasus ini adalah dimana peneliti sendiri bisa membandingkan dan merasakan sendiri dalam menjalankan bisnis secara *offline* dan *online* ini dan juga efek serta manfaatnya banyak sekali bagi peneliti.

Dilansir dari beberapa pengetahuan yaitu dimana masker spirulina ini memiliki manfaat yaitu untuk: mencegah penuaan dini, membuat kulit lebih bercahaya, detoksifikasi wajah, menghilangkan jerawat, dan mampu mengencangkan kulit kendur.⁷ Menurut penulis Produk kesehatan Tiens merupakan produk yang sudah banyak sekali memberikan bukti dan kesaksian-kesaksian atas orang-orang yang telah sembuh setelah mengkonsumsi produk kesehatan Tiens ini, selain itu produk kesehatan Tiens ini selain menyembuhkan, produknya juga halal dan bahkan semua produknya telah mendapatkan sertifikat halal dan lulus uji oleh BPOM. Alhamdulillah peneliti juga sekeluarga selalu mengkonsumsi produk Kesehatan Tiens ini.

Adapun untuk *E-commerce* Tiens Syariah yang di aplikasikan oleh peneliti dan jaringan penulis berawal sejak awal tahun 2018 tepatnya pada bulan januari 2018. Pada tahun tersebut penulis dan juga jaringan penulis kami baru tahu dan baru memulai untuk memutuskan berjualan produk

⁶Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 108.

⁷<https://www.klikdokter.com/info-sehat/read3645181/manfaat-masker-spirulina-untuk-wajah-cantik-dan-sehat> (Online 07 Maret 2021)

kesehatan ini melalui *E-commerce* yaitu salah satunya adalah akun shopee dan ada juga yang berjualan melalui akun instagram. Penulis juga merasa bahwa dengan adanya *E-commerce* ini kami merasa sangat terbantu dimana penulis sendiri merasakan adanya peningkatan bisnis yang kami aplikasikan secara *online* dibandingkan secara *offline*. Dimana berikut ini sendiri perbandingan anantara *online* dan *offline* :

- a. Bisnis *online* ini sendiri mudah untuk dibuat atau membangun toko *online*, seangkan *offline* ini relatif sulit.
- b. Bisnis *online* mampu dikunjungi oleh orang seluruh dunia, sedangkan bisnis *offline* ini jangkauan pengunjungnya terbatas.
- c. Bisnis *online* biaya iklan sangat murah bahkan ada juga yang gratis, sedangkan bisnis *offline* iklan sangat mahal.
- d. Bisnis *online* resiko sangat kecil, sedangkan bisnis *offline* resikonya sangat besar.
- e. Bisnis *online* keuntungannya tak terbatas, sedangkan bisnis *offline* keuntungan tergantung kepada modal.

Tetapi menurut peneliti antara bisnis *online* dan bisnis *offline* ini dapat dikombinasikan dengan baik sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal. Kita ambil contoh seorang penjual tas, dia membuka toko di dekat supermarket atau bahkan bisa saja membuka toko di dalam supermarket nya dimana untuk menyerap pembeli yang ada di wilayah tersebut, selain itu penjual tersebut membuat website atau toko *online* dengan tujuan untuk memajang foto tas yang ada di tokonya. Sedangkan toko *online* tersebut akan melipatgandakan keuntungan karena menjangkau lebih banyak pelanggan di seluruh nusantara bahkan bisa sampai ke luar negeri.

Peneliti memilih Tiens Syariah sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui pemanfaatan bisnis *online* ini dengan menggunakan *E-commerce* dalam penjualan produk kesehatan Tiens apakah mereka melakukan transaksi sudah sesuai dengan ketentuan Islam atau tidak karena Tiens ini sendiri memiliki banyak peluang dan diminati oleh kalangan masyarakat dan setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara *online* ini terutama menggunakan *E-commerce*, maka tingkat penggunaan layanan jual beli *online* semakin meningkat dengan ini juga para distributor memanfaatkan *E-commerce* untuk jual beli produk kesehatan Tiens secara *online*.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian penyusunan skripsi dengan judul: “Pemanfaatan *E-commerce* Guna Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Di Tiens Syariah Di Kota Palangka Raya”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dikemukakan di latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah dengan *e-commerce* dan sebelum menggunakan *e-commerce* di kota Palangka Raya?
2. Bagaimana prosedur penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah dengan *e-commerce* dan sebelum menggunakan *e-commerce* di kota Palangka Raya.
2. Untuk menganalisis prosedur penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya.

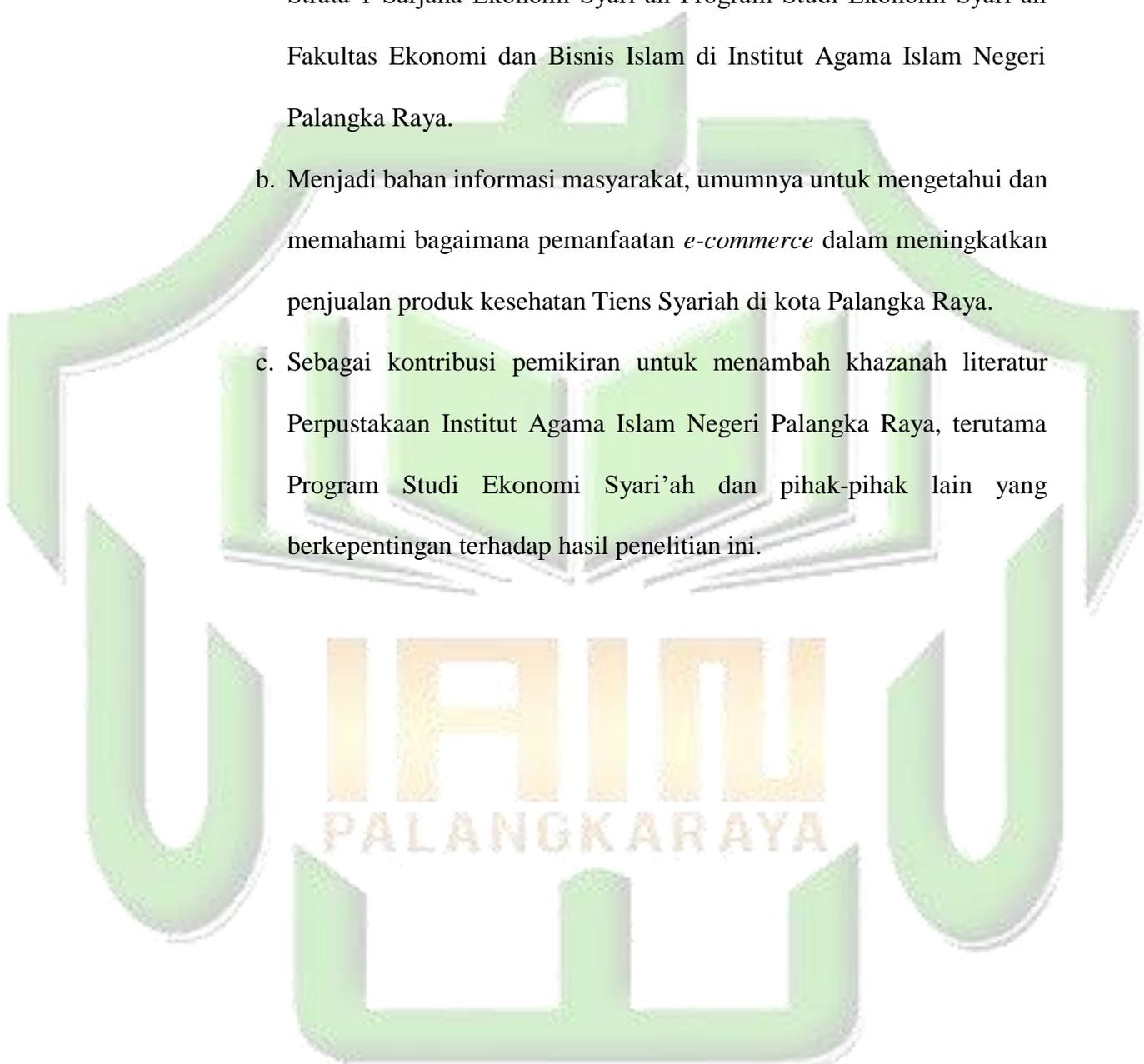
D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Memperluas wawasan peneliti khususnya di bidang pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya.
 - b. Menarik minat para peneliti lain sebagai referensi dan sumber bacaan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya pada bidang yang serupa, secara lebih mendalam dan lengkap terhadap pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya.
 - c. Sebagai bahan masukan untuk menambah khazanah keilmuan terutama tentang pemanfaatan bisnis *online* syariah melalui *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi Strata 1 Sarjana Ekonomi Syari'ah Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- b. Menjadi bahan informasi masyarakat, umumnya untuk mengetahui dan memahami bagaimana pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di kota Palangka Raya.
- c. Sebagai kontribusi pemikiran untuk menambah khazanah literatur Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, terutama Program Studi Ekonomi Syari'ah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap hasil penelitian ini.



IAIN
PALANGKARAYA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap penelitian-penelitian terdahulu, maka peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan judul yang diangkat, baik berupa skripsi maupun jurnal. Adapun penjelasannya sebagai berikut: Peneliti Retno Dyah Pekerti, dkk pada tahun 2018, dengan judul Jurnal: “Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syaf’I”. Pendekatan penelitian tersebut menggunakan metode kajian pustaka, dengan hasil penelitiannya: a. Perjanjian jual beli *online* tetap sah dan tidak melanggar *syara*’ sepanjang antara pihak penjual dan pembeli sama-sama memiliki itikad baik untuk tidak berbuat curang (bebas dari upaya penipian atau *tadlis* ataupun tipu muslihat atau *taghir*). b. Penjual maupun pembeli adalah *aqil baliqh*, dewasa/bukan *mumayyid* dan cakap hukum. c. Menurut madzhab Asy-Syafi’I jual beli diperbolehkan dengan syarat barang telah disaksikan terlebih dahulu. Jual beli diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan, atau telah diketahui jenis dan sifat dan barang yang akan dibelinya. d. Jual beli *online* termasuk kedalam jual beli dengan *wakalah* (diwakilkan). Maka transaksi melalui kurir atau *delivery service* secara hukum boleh dilakukan, dengan catatan bahwa kurir atau *delivery service* tersebut memiliki surat tugas atau surat kuasa

dalam melakukan penjualannya. Disyaratkan juga ketika melakukan transaksi elektronik hendaknya para pelaku memperlihatkan prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas, dan kewajaran.

Peneliti mengemukakan bahwa transaksi jual beli secara *online* banyak menimbulkan pro dan kontra. Mudahnya bertransaksi secara *online*, ternyata turut pula menimbulkan berbagai masalah. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam bertransaksi *online* ini adalah:

a. kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. b. potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli. c. Potensi gagal bayar dari pembeli dimana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli.⁸

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sebagai acuan pembandingan dimana dilihat mempunyai kesamaan pada teori yaitu Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Syafi'I. Peneliti Retno Dyah Pekerti, dkk, sendiri terdiri dari hakikat Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Syafi'I. Yang dimana peneliti Retno Dyah Pekerti, dkk, lebih berfokus kepada pandangan Madzhab Syafi'I terhadap praktik jual beli online.

⁸Retno Dyah Pekerti, dkk, *Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'I*, Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA), Vol.20, No.02, 2018, h. 2.

Sedangkan fokus penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terletak pada Pemanfaatan *E-commerce* Guna Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Di Tiens Kota Palangka Raya.

Penelitian Fika Ayu Widyanita pada tahun 2018 dengan judul Jurnal: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa FEE UII Pengguna Shopee”. Adapun Landasan Teorinya terdiri dari: a. Kualitas Pelayanan. b. Kepuasan Konsumen. c. *E-commerce*. d. Kualitas Pelayanan Elektronik. e. Kepuasan Layanan Elektronik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian responden pemakai Shopee. Dimana data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yang representatif, yaitu responden yang menggunakan shopee. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen, dimana variabel dependen merupakan variabel yang dipegaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dimana kualitas pelayanan elektronik pada pengguna Shopee sebagai variabel dependennya.⁹

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai acuan pembanding dimana dilihat mempunyai kesamaan pada teori yaitu Pelayanan *E-commerce* Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. Yang dimana peneliti Fika Ayu Widyanita lebih

⁹Fika Ayu Widyanita, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa FEE UII Pengguna Shopee*, Skripsi Universitas Islam Indonesia Jakarta, 2018, h. 6.

berfokus kepada pengaruh kualitas pelayanan *e-commerce* terhadap kepuasan konsumen shopee Indonesia pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UII pengguna Shopee. Sedangkan fokus penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terletak pada Pemanfaatan Bisnis Online Dengan *E-commerce* Guna Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Di Tiens Kota Palangka Raya.

Peneliti Astri Damayanti pada tahun 2018 dengan judul skripsi: “Strategi Iklan Online (Studi iklan shopee di media sosial)”. Adapun Rumusan masalah sebagai berikut: a. Bagaimana penampilan iklan shopee di media sosial/internet?; b. Bagaimanan strategi yang dilakukan agar iklannya bisa tersebar di media sosial?.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, menggunakan desain *expost facto*, mengungkapkan data yang sudah ada tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi pada variabel yang diteliti. Dengan hasil penelitian, ditinjau dari beberapa aspek strategi bauran bisnis online dengan menggunakan *e-commerce*. Dimana dalam penelitian penulis telah memaparkan jelas tentang materi strategi iklan online di media sosial, deskripsi umum iklan shopee di media sosial, dan analisis strategi iklan online shopee.¹⁰

Sama seperti penelitian sebelumnya, relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai acuan

¹⁰Astri Damayanti, *Strategi Iklan Online (Studi iklan shopee di media sosial)*, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.

pembandingan dimana penelitian oleh Astri Damayanti ini lebih kepada strategi untuk iklan online dimana studinya sendiri adalah studi iklan shopee di media sosial.

Penelitian Cherly D.T Wahyuningsuara dengan judul jurnal: “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna dalam transaksi online pada shopee”. Adapun rumusan masalah pada penelitian tersebut adalah: a. Apasaja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna dalam transaksi online pada shopee?; Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana kuantitatif itu sendiri adalah metode yang lebih menekankan kepada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Adapun menurut Sugiyono bahwa pendekatan kuantitatif ini merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif untuk meneliti populasi atau sebuah sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrument, analisis, dan data bersifat statistik.¹¹

Sama seperti tiga penelitian sebelumnya, relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai acuan pembandingan dimana penelitian oleh Cherly D.T Wahyuningsuara Dari penelitian sebuah jurnal ini, penelitian terfokuskan pada Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna dalam

¹¹Cherly D.T Wahyuningsuara, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Penggunaan dalam Transaksi Online Shop Pada Shopee*, No. 9, Vol. 2, 2018.

transaksi online pada shopee. Berkaitan dengan analisis jurnal ini, terdapat kesamaan dengan penelitian ini.

Suhardiman Izini pada tahun 2018 dengan judul Tesis: “Tinjauan Fatwa Dewan Syariah Nasional No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Tiens Syariah”. Adapun latar belakang dari penelitian ini adalah semakin banyak dan beragam jenis bisnis yang berlebelkan Syariah. *Multi Level Marketing* juga terkena dampak akan kesadarannya umat Islam agar dapat berperilaku sesuai syariah dalam kehidupan kesehariannya. Dengan hadirnya Fatwa Dewan Syariah Nasional mendorong perusahaan Tiens Indonesia untuk menyesuaikan system jaringannya terhadap ketentuan fatwa tersebut. Hasil dari penelitian ini perusahaan *Multi Level Marketing* Tiens Syariah sudah memenuhi standar ke 12 poin tersebut sehingga system perdagangan dan system jaringan Tiens Syariah sudah sesuai dengan ketentuan fatwa.¹² Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah penelitian yang dilakukan Suhardimin Izin menganalisis sistem jaringan yang ada di perusahaan Tiens Bandung, sedangkan peneliti sekarang mendeskripsikan tentang pemanfaatan *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya.

¹²Suhardiman Izin, *Tinjauan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Tiens Syariah*, Tesis, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018, h. 15.

Nur Laili Rosyidah pada tahun 2015 dengan judul Skripsi: “Penerapan *Multi Level Marketing* pada perusahaan Tiens Internasional beserta permasalahan dan solusinya (Studi pada stokis 670, Jl. Joyo Raharjo No. 281, Malang). Latar belakang penelitian ini adalah *Multi Level Marketing* adalah salah satu bentuk distribusi yang akhir-akhir ini semakin marak ditemui. Cara penjualan barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya. Pendapatan dihasilkan dari laba eceran, laba grosir dan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan toal kelompok yang dibentuk seorang distributor. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan *Multi Level Marketing* dilakukan dengan baik, *upline* dan sponsor mengajarkan pada *downline*.⁷ keahlian dengan bantuan alat bantu antara lain acara, starterpack, majalah, dan lain-lain.¹³ Hubungan antara penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah penelitian yang dilakukan oleh Nur Laili Rosyidah menganalisis system jaringan *Multi Level Marketing* di perusahaan Tiens Malang, sedangkan peneliti sekarang mendeskripsikan tentang pemanfaatan *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian terdahulu, penulis menilai bahwa penelitian dengan judul “PEMANFAATAN E-

¹³Nur Laili Rosyidah, *Penerapan Multi Level Marketing* pada perusahaan Tiens Internasional beserta permasalahan dan solusinya (Studi pada stokes 670, Jl. Joyo Raharjo No. 281, Malang), Skripsi, Malang: Universitas Malang, 2015, h. 7.

COMMERCE GUNA MENINGKTKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN TIENS SYARIAH DI KOTA PALANGKA RAYA”

berbeda dengan peneliti sebelumnya. Penelitian ini lebih mengarah kepada orang-orang yang menjalankan bisnis secara online menggunakan *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan tien syariah yang berada di Kota Palangka Raya.

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat kita lihat di tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Persamaan	Perbedaan
Retno Dyah Pekerti, dkk	“Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syaf’I”.Tahun 2018.	Membatasi dalam jual beli online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitiannya berbeda 2. Mengukur perpektif syariah 3. Faktor analisisnya juga berbeda 4. Faktor penelitian
FikaAyu Widyanita	“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>E-commerce</i> Shopee	Membatasi dalam <i>E-commerce</i> Shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitiannya berbeda

	Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa FEE UII Pengguna Shopee". Tahun 2018.		<ol style="list-style-type: none"> 2. Mengukur kepuasan pelanggan, sedangkan peneliti ini mengukur tingkat penjualan 3. Faktor analisisnya juga berbeda
Astri Damayanti	"Strategi Iklan Online (Studi iklan shopee di media sosial)" Tahun 2018.	Membtasi dengan studi kasus dalam <i>e-commerce shopee</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitiannya 2. Faktor yang akan di analisis
Cherly D.T Wahyuningsuara	"Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna dalam transaksi online pada shopee" Tahun 2018.	Membatasi dalam <i>E-commerce Shopee</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitiannya 2. Faktor yang akan di analisis 3. Metodenya berbeda
Nur Laili Rosyidah	"Penerapan <i>Multi Level Marketing</i> pada perusahaan Tiens Internasional Beserta Permasalahan dan Solusinya (Studi pada Stokis 670, Jl. Joyo Raharjo No. 281, Malang)" Tahun 2015.	ama-sama meneliti tentang Tiens	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitiannya berbeda 2. Permasalahan dan studi kasusnya berbeda 3. Faktor penelitiannya berbeda
Suhardiman Izini	"Tinjauan Fatwa Dewan Syariah Nasional No:	Membatasi dengan studi kasus Tiens Syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitiannya

	75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Penjualan Langsung Berjesnjang Syariah di Tiens Syariah” Tahun 2018.		2. Faktor yang akan diteliti 3. Menganalisis sistem Jaringan yang ada di perusahaan Tiens Bandung, sedangkan penulis meneliti tentang Produk kesehatan Tiens Syariah di Jaringan Kamal di Kota Palangka Raya
--	---	--	---

Sumber: Peneliti 09 Maret 2021

B. Kajian Teori

1. Bisnis *Online* Syariah

a. Pengertian Bisnis Syariah

Bisnis syariah merupakan sebuah bentuk implementasi atau perwujudan dari aturan-aturan syari'at Allah yang ada. Sebenarnya bentuk dari bisnis syariah tidaklah jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu sebuah upaya dalam memproduksi barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, terdapat aspek syariah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya, yaitu menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariah dan perintah Allah yang diwujudkan dalam hal bermuamalah.¹⁴

¹⁴Mardani, *Hukum Bisnis Islam*, Jakarta: Prenadia Group, 2014, h. 23.

Mengelolah bisnis menjadi bermanfaat bagi umat manusia dan lingkungannya, sebagaimana Allah menciptakan alam ini dalam keadaan baik dan sempurna, maka suatu perusahaan harus mengacu pada ketentuan yang telah digariskan. Ketentuan tersebut bisa digali dari hakikat penciptaan umat manusia dan aplikasi dari nilai-nilai Islam dalam menjalankan bisnis.¹⁵ Berikut penjelasan mengenai bisnis syariah dijelaskan dalam al-Quran pada surat al-isra ayat 70:

﴿وَلَقَدْ آتَيْنَاكَ الْكِتَابَ فَتَمَرِّقْ فِيهِ عِلْمًا وَتَذَكَّرَ لَهُ نِعْمًا﴾
 وَجَلَّ لِلَّهِ الْأَسْمَاءُ الْأَعْظَمَىٰ ۚ لَا يَلْمِزُكَ فِيهَا وَلَئِن لَّمْ يَظْهَرِ عَلَيْكَ فَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ قَائِمًا
 وَنَازِعًا وَسَاجِدًا ۚ وَتَمَرِّقْ فِيهَا عِلْمًا وَتَذَكَّرَ لَهُ نِعْمًا ۚ إِنَّ رَبَّكَ لَخَبِيرٌ
 بَصِيرٌ ۚ

Artinya:

“Dan sesungguhnya kami telah memuliakan anak cucu adam, dan kami angut mereka di daratan dan dilautan, kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah kami ciptakan.”

Ayat di atas menjelaskan tentang orang-orang Islam didorong untuk menggunakan sebagian besar hari-hari dan waktunya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Disamping itu, Allah SWT menegaskan bahwa bumi ini disediakan untuk manusia dan pada suatu saat nanti semua akan diminta pertanggungjawabannya. Begitu pula dalam hal berusaha (bisnis) dilarang melakukan perbuatan curang yang

¹⁵Fordebi, Adeasy , Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri konsep, Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 86.

¹⁶Qs. Al-Isra [17] : 70

akan merugikan orang lain. Ayat di atas juga sekaligus bentuk dari perhatian dan dorongan mengenai pentingnya berbisnis. Dan salah satu bentuk mata pencaharian yang dianjurkan adalah dengan berdagang, sama halnya seperti Rasulullah, beliau mulai berdagang di umur yang sangat muda.¹⁷

b. Pengertian Bisnis Online

Bisnis *online* atau *e-Business* merupakan suatu istilah yang digunakan untuk memberi nama pada kegiatan-kegiatan bisnis yang dilakukan melalui Internet. Bisnis ini didukung oleh berbagai istilah serba “e” seperti *e-commerce*, *e-marketing*, *e-market*, *e-product* dan berbagai istilah lainnya. Istilah-istilah itu menunjukkan bahwa kegiatan-kegiatan tersebut menyertai kegiatan bisnis *online* yang memanfaatkan internet.¹⁸

Bisnis *online* adalah bisnis yang dilakukan secara online dengan memajang barang dagangan secara *virtual* di internet, dengan menggunakan suatu layanan komunikasi dan media internet dan berbagai prosesnya melibatkan sebagian besar internet. Berbeda dengan bisnis tradisional adalah bisnis yang dilakukan secara *offline* atau pada umumnya menggunakan tempat dan secara langsung menjajakan barang dagangannya

¹⁷*Ibid.*, h. 79.

¹⁸Budi Sutedjo, *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial dan Strategi*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2001, h. 97.

Bisnis *online* secara sederhana juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang meliputi kegiatan jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet.¹⁹

c. Karakteristik Bisnis Online

Bisnis *online* secara umum mempunyai tiga karakteristik utama, yaitu:

1) Terjadinya transaksi antara dua pihak atau lebih.

Masing-masing pihak yang terlibat tersebut mengerti dan mampu menjalankan transaksi dan dalam transaksi tersebut harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku guna mencegah adanya pihak yang dirugikan.

2) Adanya pertukaran produk, barang, jasa atau informasi.

Terjadinya pertukaran antara penjual dan pembeli yang dapat dilakukan dengan cara, lisan, tulisan, surat, isyarat atau bentuk lain yang dapat memberikan sebuah pengertian dengan jelas mengenai ijab qabul. Pertukaran tersebut biasanya dilakukan secara *online* dengan memajang dagangan yang berupa produk, barang, jasa atau informasi secara virtual melalui internet. Yaitu suatu barang yang mempunyai nilai dan manfaat, memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi

¹⁹Feri Sulianta, *Smart Online Marketer*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2012, h. 2.

maupun keadaannya, serta dapat diserahkan terimakan pada waktu tempat (media) yang telah disepakati.

- 3) Proses atau mekanisme akad tersebut menggunakan media internet. Dalam praktik bisnis *online*, kedua pihak tidak bertemu secara nyata, namun mereka bertemu dalam satu majelis yang biasa dinamakan dengan majelis maya. Bisnis ini didukung dengan menggunakan suatu layanan komunikasi dan media internet dan berbagai istilah-istilah serba “e” seperti *e-commerce*, *e-marketing*, *e-market*, *e-product* dan berbagai istilah lainnya. Istilah-istilah itu menunjukkan bahwa kegiatan-kegiatan tersebut menyertai kegiatan bisnis *online* yang memanfaatkan internet.²⁰

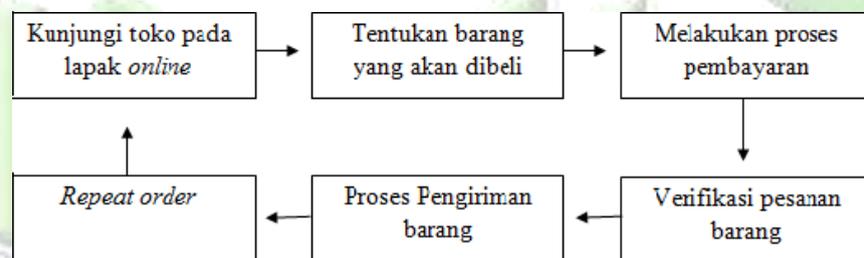
d. Proses Penjualan Bisnis Online

Adapun proses bisnis penjualan *online* adalah sesuatu hal yang mudah, praktis dan dapat dilakukan oleh segala kalangan, proses ini juga dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Hal tersebut juga merupakan kelebihan dari melakukan transaksi bisnis *online*. Adapun mengenai tahap-tahapan yang harus dilakukan dalam proses bisnis penjualan *online* adalah: (1) Konsumen mengunjungi toko *online*, (2) Setelah itu maka konsumen akan menemukan barang yang disukai, (3) kemudian konsumen melakukan transaksi pembayaran (4) Kemudian setelah melakukan proses

²⁰Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014, h. 20.

pembayaran maka pesanan akan diverifikasi, (5) Selanjutnya, penjual akan mulai memproses dan mengirim barang yang telah diverifikasi oleh pembeli, (6) setelah barang sampai kepada pembeli kemudian akan ada *Repeat order* apabila konsumen merasa puas.²¹

Proses Bisnis Penjualan Online



Gambar 2.1 Proses Bisnis Penjualan Online

e. Pengertian Bisnis Online Syariah

Bisnis *online* syariah adalah bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa.²² Jual beli *online* (Bisnis *online*) diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Sama halnya dengan bisnis *online* syariah yaitu merupakan bentuk transaksi bisnis, islam hanya mengatur nilai dan prinsip yang harus dijadikan pedoman dalam berbisnis. Karenanya bentuk-bentuk transaksi bisnis dapat berkembang sesuai perkembangan

²¹Wordpress, "ProsesBisnisOnline" <http://wordpress.com/2016/03/30/proses-bisnis-penjualan-online-2/> (Online 07 Januari 2020).

²²James Timoty, *Membangun Bisnis ...*, h. 2.

zaman, namun dengan tetap berpedoman pada aturan dasar yang telah ditetapkan dalam islam.²³

f. Jenis-jenis Akad Bisnis Online

Adapun jenis-jenis akad yang sering digunakan dalam bisnis *online*, antara lain:

- a) Bisnis *Online* dengan Akad Bai' Assalam (Pemesanan) Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesana dan pembayaran harga dilakukan lebih dahulu.²⁴
- b) Bisnis *Online* dengan Akad Ji'alah/Ju'alah (Upah) Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007, akad ji'alah/ju'alah diartikan sebagai janji atau komitmen (iltizam) untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Untuk jenis akad ini biasa digunakan pada bisnis *online* pada jasa seperti kursus *online*, konsultasi *online*, kuliah *online*, jasa

²³ Arip Purkon, *Bisnis Online...*, h. 18.

²⁴ Arip Purkon, *Bisnis Online...*, h. 35.

pemasangan iklan, *reseller*, dan jenis bisnis jasa *online* lainnya.²⁵

c) *Bisnis Online* dengan Akad Ijarah (Sewa)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 09/DSN-MUI/IV/2000, akad ijarah diartikan sebagai akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu rang dalam waktu tertentu dengan membayar sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan secara mutlak.²⁶

2. *E-Commerce*

a. *Pengertian E-commerce*

E-commerce merupakan perkembangan dari era teknologi dan juga informasi yang mampu menciptakan era ekonomi baru. Dalam praktiknya *e-commerce* dapat diakses sangat mudah dengan menggunakan internet di dalam satu media.²⁷

Electronik commerce atau biasa disingkat dengan *e-commerce* merupakan suatu bentuk dari pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet. Industri teknologi informasi melihat *e-commerce*

²⁵*Ibid.*, h. 40.

²⁶*Ibid.*, h. 50.

²⁷Sudaryono, *Pengantar Bisnis teori dan Contoh Kasus*, Yogyakarta: ANDI, 2015, h.

sebagai bentuk aplikasi dan penerapan dari *e-business* yang berkaitan dengan transaksi perdagangan, seperti tranfer dana secara elektronik, pemasaran elektronik atau pemaaran online, pemrosesan transaksi *online*, pertukaran data elektronik dan lain sebagainya. Dengan kata lain, *e-commerce* sama halnya dengan *ebusiness*, dimana cakupannya dalam mendapatkan konsumen akan lebih luas.²⁸

b. Proses *E-commerce* Dalam Dunia Bisnis

Dalam proses *e-commerce* perusahaan membutuhkan beberapa komponen utama agar operasi dan manajemen aktivitas *e-commerce* berjalan dengan baik. Komponen-komponen pokok yang memiliki peran penting dalam proses *e-commerce* dunia usaha tampak seperti pada gambar berikut:



Sumber:<https://kamelia11.wordpress.com/2015/10/16/review-jurnal-pengantar-bisnis-informatika-pemanfaatan-e-commerce-dalam-dunia-bisnis/>

²⁸Wahana Komputer, *Membuat Toko Online dengan Wordpress atau WP E-commerce*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2015, h. 8.

1) Pengendalian akses dan keamanan

Situs *e-commerce* harus memberikan rasa percaya dan akses yang aman untuk berbagai pihak dalam transaksi *e-commerce*, misalkan dengan adanya kata kunci (*password*), kunci enkripsi, sertifikasi, atau tanda tangan digital. Kemudian ada otorisasi akses yang hanya ke bagian tertentu saja sehingga hanya para pelanggan yang terdaftar saja yang dapat mengakses informasi dan aplikasi yang ada. Pengendalian akses dan keamanan ini perlu dilakukan untuk melindungi sumber daya situs *e-commerce* dari berbagai ancaman seperti peretas (*hacker*), pencurian *password* atau nomor kartu kredit, atau menghindari kegagalan sistem.

2) Membuat profil dan personalisasi

Proses pembuatan profil dan personalisasi menggunakan alat pembuat profil seperti pendaftaran, *file cookie*, *software* penelusur perilaku dalam situs web dan respon pemakai. Profil ini digunakan untuk mengenali kita sebagai pemakai individual, memberikan tampilan personalisasi, saran atas produk dan iklan web. Tujuan proses pembuatan profile ini untuk tujuan manajemen rekening, pembayaran, mengumpulkan data mengenai manajemen hubungan pelanggan, perencanaan pemasaran, dan untuk manajemen situs web itu sendiri.

3) Manajemen pencarian

Software *e-commerce* harus meliputi komponen mesin pencari situs web untuk dapat membantu para pelanggannya dalam menemukan produk dan jasa tertentu yang mereka inginkan untuk dievaluasi atau dibeli.

4) Manajemen isi dan katalog

Isi *e-commerce* sebagian besar berbentuk katalog multimedia yang memuat informasi produk sehingga membuat dan mengelola katalog merupakan rangkaian utama dari manajemen isi. Software manajemen isi tersebut bekerja dengan alat pembuat profile yang sudah disebutkan sebelumnya. Software manajemen isi akan membantu perusahaan *e-commerce* untuk mengembangkan, menghasilkan, mengirimkan, memperbaharui, dan menyimpan data teks serta informasi multimedia di situs web *e-commerce*. Selanjutnya manajemen isi dan katalog dapat diperluas untuk memasukkan proses konfigurasi produk yang akan mendukung layanan mandiri berbasis web dan penyesuaian massal atas berbagai produk perusahaan.²⁹

²⁹Edwin Agung Wibowo, *Pemanfaatan Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis*, t.d.t. h.104.

5) Manajemen arus kerja

Sistem arus kerja e-business digunakan untuk membantu para karyawan secara elektronik bekerja sama untuk menyelesaikan tugas pekerjaan dengan menggunakan mesin *software* arus kerja (*workflow software engine*). Sistem ini memastikan bahwa transaksi, keputusan, dan aktivitas kerja yang tepat dilakukan, serta data dan dokumen yang benar telah dikirimkan ke para karyawan, pelanggan, pemasok, dan pihak *stakeholder*.

6) Pemberitahuan kegiatan

Proses pemberitahuan kegiatan (*event notification*) memainkan peranan penting dalam sistem *e-commerce* karena sistem ini digunakan untuk memonitor semua proses *e-commerce* dan mencatat semua kegiatan yang relevan, termasuk perubahan mendadak atau ketika dalam masalah. Sistem ini akan memberitahukan kepada para pelanggan, pemasok, dan pegawai serta *stakeholder* mengenai semua kegiatan transaksi yang berkaitan dengan status mereka dengan melalui pesan elektronik seperti *e-mail*, *newsgroup*, *penyeranta (pager)*, atau *fax*.

7) Kerjasama dan perdagangan

Tujuan utama *e-commerce* adalah untuk mendukung kesepakatan kerjasama dan layanan perdagangan yang

dibutuhkan oleh para pelanggan, pemasok, dan *stakeholder* lainnya. Seperti halnya dalam e-business, sistem *e-commerce* juga fokus menumbuhkan komunitas berkepentingan *online* untuk meningkatkan layanan pelanggan dan membangun loyalitasnya.

8) Proses pembayaran elektronik

Pembayaran sebagai proses nyata dan penting dalam transaksi *e-commerce*. Sekarang ini sebagian besar sistem *e-commerce* yang terlibat dalam web dan bisnis B2C menggunakan proses pembayarannya dengan kartu kredit.³⁰

c. Pembagaian *E-commerce*

Beberapa contoh penerapan *e-commerce* di Indonesia, yaitu:

- 1) Iklan Baris
- 2) Retail
- 3) Market Place³¹

d. Manfaat *E-commerce*

Berikut ini ada beberapa manfaat penggunaan *e-commerce* dalam dunia bisnis :

1) Manfaat *E-commerce* Dalam Dunia Bisnis

Manfaat dalam menggunakan *E-commerce* dalam suatu

³⁰Edwin Agung Wibowo, *Pemanfaatan Teknologi*,t.dt. h.104

³¹*Ibid.*, h. 9.

perusahaan sebagai sistem transaksi adalah:

a. Dapat meningkatkan *market exposure*

Transaksi *online* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*)

Transaksi *E-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti *showroom*, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.

c. Melebarkan jangkauan (*global reach*)

Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

d. Meningkatkan *customer loyalty*

Ini disebabkan karena sistem transaksi *E-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia

inginkan.

e. Meningkatkan *supply management*

Transaksi *E-commerce* menyebabkan pengefisienan biaya operasional pada perusahaan terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia sehingga untuk lebih menyempurnakan pengefisienan biaya tersebut maka sistem *supply management* yang baik harus ditingkatkan.

2) Manfaat *E-commerce* Untuk Pelanggan

E-commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap lokasi dimana konsumen itu berada. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Pada saat membeli barang-barang secara *online*, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang.

Gambaran ringkas keuntungan *e-commerce* sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- b. Bagi pengelola : efisiensi, tanpa kesalahan, dan tepat

waktu.

3. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Aktivitas penjualan merupakan suatu aktivitas bisnis menjual produk atau jasa yang menjadi pendapatan utama suatu perusahaan. Penjualan juga dapat diartikan suatu proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual yang dilakukan oleh penjual hingga sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen selaku pembeli.

Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang akan menjadi lengkap jika ada pembelian, untuk menciptakan suatu transaksi terjadi. Jadi suatu kegiatan penjualan akan terjadi jika adanya pembeli dan terjadinya suatu transaksi, yang akan diakhiri melalui proses pembayaran. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi tercipta sebuah permintaan bertemu dengan pembeli, adanya penentuan harga melalui proses negosiasi, dan proses pembayaran.³²

b. Tujuan Penjualan

Keberhasilan dalam mencari keuntungan dalam menjual produknya sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu

³²Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty, 1999, h. 404.

sendiri, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian begitupula sebaliknya jika perusahaan mampu dalam menjual produknya maka perusahaan akan mengalami keuntungan. Adapun tujuan dari penjualan dalam perusahaan yaitu:

- 1) Untuk meningkatkan penjualan produk- produk yang akan lebih menguntungkan dan juga meningkatkan *volume* penjualan.
- 2) Untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif dan juga efisien melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- 2) Untuk menunjang jalannya suatu pertumbuhan suatu perusahaan.³³

C. Tahap-tahap Penjualan

Penjualan bukanlah suatu proses singkat yang dapat berlangsung begitu saja, melainkan akan melalui suatu proses yang harus dilakukan terlebih dahulu. Penjual akan mengusahakan agar pembeli tertarik membeli barang yang ditawarkan. Agar proses usaha tersebut berjalan dengan baik, harus melalui beberapa tahapan tertentu yang terdiri dari:

³³Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran strategi*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008, h. 604.

1) Menarik Perhatian

Tugas seorang penjual adalah menarik perhatian pembeli, cara menarik perhatian yang paling umum digunakan adalah dengan memasang etalase ataupun spanduk di depan toko.

Bisa juga dengan menggunakan poster-poster yang dipasang dipinggir jalan, atau dengan menggunakan iklan dimedia massa.

2) Tumbuhnya Minat

Selanjutnya setelah rasa tertarik adalah munculnya minat untuk mengetahui lebih dalam tentang suatu barang. Jika sebelumnya pembeli hanya memperhatikan barang-barang yang ada pada etalase, maka selanjutnya pembeli akan mulai menanyakan tentang hal-hal yang ingin diketahui dari barang tersebut, seperti harga, model, merek bahkan cara penggunaannya. Maka hal ini berarti pembeli sudah mulai berminat pada barang tersebut.³⁴

3) Adanya Keinginan Membeli

Tahap selanjutnya adalah munculnya keinginan untuk membeli barang tersebut. Proses ini merupakan tahap terpenting bagi seorang penjual untuk berperan lebih aktif lagi, sebab pada tahap ini merupakan tahap penentuan dimana sering kali pembeli bersikap maju ataupun mundur. Pada tahap

³⁴Faisal Afiff, *Teknik Penjualan*, Bandung: Angkasa, 1990, h. 48.

ini sangat mungkin jika pembeli akan berpikir apakah barang ini terlalu mahal, apakah modelnya cocok dan lain sebagainya.

4) Keputusan untuk Membeli Barang

Pada tahap ini merupakan tahapan terakhir dari ketiga tahap sebelumnya. Tahap-tahap diatas merupakan tahapan yang terjadi secara umum terjadi pada proses pembelian, maka tidak menutup kemungkinan proses tahapan akan berbeda yang semua akan tergantung pada perilaku konsumen disetiap pembelian. Dalam hal ini, diperlukan pengalaman yang cukup bagi seorang penjual untuk mampu mengatasi berbagai kemungkinan tersebut.³⁵

4. Produk Kesehatan Tiens Syariah

a. Pengertian Produk Kesehatan

1) Pengertian Produk

Produk menurut beberapa para ahli mengartikan bahwa produk adalah:

- a) Menurut Kotler & Keller produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide.

³⁵*Ibid.*,

b) Menurut Tjiptono produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.³⁶

2) Pengertian Kesehatan

Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) mendefinisikan bahwa sehat sebagai suatu keadaan fisik, mental, dan sosial yang sejahtera dan bukan hanya ketiadaan penyakit lemah. Meskipun tepat, definisi ini dianggap terlalu ideal dan kurang nyata. Kalau menggunakan definisi WHO tersebut berarti sekitar 70-95% orang yang berada di dunia sebagian besar tidak sehat.

Sedangkan menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 yang dimaksud dengan kesehatan adalah: “Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi”.³⁷

³⁶Manahati Zebua, *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h. 34-35.

³⁷<http://e-journal.uajy.ac.id/2332/3/2TA10360.pdf>. h. 1. (Online 24 Februari 2021)

Atas dasar defenisi kesehatan tersebut diatas, maka manusia selalu dilihat sebagai satu kesatuan yang utuh (holistik), dari unsur badan (organobiologik), jiwa (psikoedukatif) dan social (sosio-kultural) yang tidak dititik beratkan pada “penyakit” tetapi pada kualitas hidup yang terdiri dari “kesejahteraan” dan “produktivitas social ekonomi”. Dari defenisi tersebut juga tersirat bahwa “kesehatan jiwa” merupakan bagian yang tidak terpisahkan (integral) dari “kesedihan” dan unsur utama dalam menunjang terwujudnya kulaitas hidup manusia yang sempurna.³⁸

Beberapa faktor yang menentukan tingkat kesehatan adalah:

- 1) 10% Kondisi Sosial;
- 2) 8% Kondisi Medis;
- 3) 7% kondisi Iklim;
- 4) 15% Faktor Keturunan; dan
- 5) 60% Gaya Hidup.³⁹

b. Pengertian Tiens Syariah

Tentunya setiap perusahaan pasti memiliki suatu identitas ataupun ciri khas tertentu. Logo merupakan suatu lambing yang mencerminkan suatu identitas bagi suatu

³⁸*Ibid.*

³⁹*Ibid.*, h. 2.

perusahaan sehingga dapat membedakan dengan perusahaan lainnya. Adapun Logo yang digunakan oleh Tiens adalah:



Gambar 2.2 Logo TIENS

TIENS berasal dari ejaan bahasa Cina yang disebut “*Tianshi*” “Kesehatan dan Kesejahteraan” merupakan tema perusahaan Internasional TIENS dimasa depan yang menandai pergeseran Grup Tianshi menuju orientasi dan diverifikasi global pada pergantian abad baru. Rancangan logo tersebut dipusatkan pada busur dinamis, yang mewakili tema teknologi tinggi, menyampaikan arti kemungkinan tak terbatas dengan struktur interaktifnya, dan melambangkan energy yang tidak surut pengembangan tanpa henti dari merk TIENS.⁴⁰ Asal mula Tiens/Tianshi: “*Shi*” berarti singa. Selama berabad-abad kota Changzhou telah terkenal dengan patung besi kuno seekor singa yang telah menjadi lambing kota tersebut, dan telah diberikan nama julukan “Kota Singa”.

⁴⁰<https://renytianshi.blogspot.com/p/filosofi.html?m=1> (Online 05 Maret 2021)

Tuan Li Jinyuan presiden, dari Tianshi teringat tentang singa besi dari kota kelahirannya, dan kemudian memilih perkataan “singa” yang juga memiliki konotasi “singa yang tidur”, “singa yang bangkit”, “Leo”, dsb. Dengan demikian perusahaan ini dinamakan Tianshi yang berarti “Singa Surga”. Dimana singa ini mewakili kenangan indah Tuan Li Jinyuan atas kota kelahirannya. Sayap-sayap berarti aspirasi yang menyala-nyala dan kekuatan jiwa muda dari Grup Tianshi.⁴¹

5. Jenis-jenis *E-commerce*

a. *Business to Business*

Business to Business memiliki karakteristik:

- 1) Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
- 2) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
- 3) Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- 4) Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, di

⁴¹*Ibid.*,

mana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. Business to Consumer

Business to Consumer memiliki karakteristik :

- 1) Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas.
- 2) *Servis* yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem *web* sudah umum digunakan maka *service* diberikan dengan berbasis *web*.
- 3) *Servis* yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
- 4) Sering dilakukan sistem pendekatan *client-server*.⁴²

c. Consumer to Consumer

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain.

Contohnya adalah ketika ada perorangan yang melakukan penjualan di *classified ads*

⁴²M.Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi:Yogyakarta, 2003, h. 34-35.

(misalnya, www.classified2000.com) dan menjual properti rumah hunian, mobil, dan sebagainya. Mengiklankan jasa pribadi di *internet* serta menjual pengetahuan dan keahlian merupakan contoh lain C2C. sejumlah situs pelelangan memungkinkan perorangan untuk memasukkan item-item agar disertakan dalam pelelangan. Akhirnya, banyak perseorangan yang menggunakan intranet dan jaringan organisasi untuk mengiklankan item-item yang akan dijual.

d. Consumer to Business

Customer to Business adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini. Sebagai contoh, ketika konsumen menulis *review*, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi inputnya. Sebagai contoh, Priceline.com merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini, *internet* dapat digunakan sebagai sarana negosiasi.⁴³

⁴³Luciana Spica Amalia, *Penerapan E-commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan*, STIE Perbanas, Surabaya, tth, h. 5-6.

6. Karakteristik *E-commerce*

a. Transaksi Tanpa Batas

Sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin *Go International*. Sehingga hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Dewasa ini dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan produknya secara internasional cukup dengan hanya cukup hanya dengan membuat situs web waktu 24 jamm dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara *online*.

b. Transaksi Anonim

Para penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertemu muka satu sama lainnya. Penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit.

c. Produk Digital dan Non Digital

Produk-produk digital seperti *software*, *computer*, *music*, dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara *download* secara

elektronik. Dalam perkembangannya objek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup lainnya.

d. Produk Barang Tidak Berwujud

Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang *E-commerce* dengan menawarkan barang tidak berwujud seperti data, *software*, dan ide-ide yang dijual melalui internet. Dari karakteristik di atas kita tahu bahwa *E-commerce* merupakan jual beli dalam dunia maya. Maka dari itu kejujuran dalam bisnis ini merupakan sebuah nilai yang terpenting. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Dalam sebuah hadits dikatakan yang mana artinya:

“Pedagang yang jujur berada beserta para *siddiqin* (orang-orang yang jujur) dan para *syuhada*”. (HR. At-Tirmidzi).⁴⁴

Dari hadits tersebut bahwa pedagang yang berlaku jujur akan bersama orang-orang yang jujur dan orang-orang yang mati syahid. Dan kejujuran tersebut akan membawa keberkahan bagi pedagang dan pembeli.⁴⁵

⁴⁴HR. At-Tarmidzi dari Abu Su'id Al-Khudri radhiyallahu'anhu, shahihut Targhib : 1782.

⁴⁵Sakti, Nufansa Wira. *Perpajakan Dalam E-commerce, Belajar dari Jepang*. Dalam Berita Pajak No. 1443/tahun XXXIII/15 Mei 2001, h.35.

7. Standar Teknologi *E-commerce*

a. *Electronic Data Interchange (EDI)*

EDI dibuat oleh pemerintah di awal tahun 70-an dan saat ini digunakan oleh lebih dari 1000 perusahaan Fortune di Amerika Serikat. EDI adalah sebuah standar struktur dokumen yang dirancang untuk memungkinkan organisasi besar untuk mengirimkan informasi melalui jaringan private. EDI saat ini juga digunakan dalam situs perusahaan (*corporate website*).

b. *Open Buying on the Internet (OBI)*

OBI adalah sebuah standar yang dibuat oleh *Internet Purchasing Roundtable* yang akan menjamin bahwa berbagai sistem *E-commerce* dapat berbicara satu dengan lainnya. OBI yang dikembangkan oleh konsorsium OBI didukung oleh perusahaan-perusahaan yang memimpin di bidang teknologi seperti Actra, InteliSys, Microsoft, Open Market, dan Oracle.

c. *Open Trading Protocol (OTP)*

OTP dimaksudkan untuk menstandarisasi berbagai aktifitas yang berkaitan dengan proses pembayaran, seperti perjanjian pembelian, resi untuk pembeli, dan pembayaran. OTP sebetulnya merupakan standar kompotitor OBI yang dibangun oleh beberapa perusahaan,

seperti *AT&T*, *Cyber Cash*, *Hitachi*, *IBM*, *Oracle*, *Sun Microsystems*, dan *British Telecom*.

d. *Open Profiling Standard (OPS)*

OPS adalah sebuah standar yang didukung oleh Microsoft dan Firefly. OPS memungkinkan pengguna untuk membuat sebuah profil pribadi dari kesukaan masing-masing pengguna yang dapat dia bagi (*share*) dengan *merchant*. Ide dibalik OPS adalah untuk menolong memproduksi privasi pengguna tanpa menutup kemungkinan untuk transaksi informasi untuk proses marketing dan sebagainya.

e. *Secure Stoket Layer (SSL)*

Protokol ini di desain untuk membangun sebuah saluran yang aman ke *server*. SSL menggunakan teknik *encryption public key* untuk memproteksi data yang di kirimkan melalui Internet. SSL dibuat oleh Netscape tapi sekarang telah di publikasikan di *public domain*.

f. *Secure Electronic Transaction (SET)*

SET akan mengkodekan nomor kartu kredit yang di simpan di *server merchant*. Standar ini di buat oleh Visa dan Master Card, sehingga akan langsung di dukung oleh masyarakat perbankan. Ujicoba pertama kali dari SET di *E-commerce* dilakukan di Asia.

g. Truste

Truste adalah partnership dari berbagai perusahaan yang mencoba membangun kepercayaan public dalam *E-commerce* dengan cara memberikan cap *good housekeeping* yang memberikan *approve* pada situs yang tidak melanggar kerahasiaan konsumen.⁴⁶

8. Ancaman Menggunakan *E-commerce*

a. Planting

Memasukan sesuatu ke dalam sebuah sistem yang dianggap legal tetapi belum tentu legal di masa yang akan datang.

b. System Penetration

Orang-orang yang tidak berhak melakukan akses ke sistem komputer dapat dan diperbolehkan melakukan segala sesuatu sesuai dengan keinginannya.

c. Communications Monitoring

Seseorang dapat memantau semua informasi rahasia dengan melakukan monitoring komunikasi sederhana di sebuah tempat pada jaringan komunikasi.

d. Communications Tampering

Segala hal yang membahayakan kerahasiaan informasi

⁴⁶Dewi Irmawati, *Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis*, Jurnal Staf Pengajar Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya, t.th, h. 8.

seseorang tanpa melakukan penetrasi, seperti mengubah informasi transaksi di tengah jalan atau membuat sistem *server* palsu yang dapat menipu banyak orang untuk memberikan informasi rahasia mereka secara sukarela.⁴⁷

9. Hambatan Implementasi *E-commerce*

Belum terbentuknya *high trust society* atau tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap situs-situs belanja *online* yang ada. Ini disebabkan karena masih banyaknya penipuan-penipuan yang terjadi pada saat konsumen berbelanja secara *offline*.

Pada umumnya harga tidak bisa ditawar lagi. Tidak seperti pasar tradisional proses transaksi melalui proses tawar-menawar. Masih sangat sedikit SDM yang memahami dan menguasai dengan baik dan benar konsep dan implementasi teknologi *e-commerce*. Jasa pengiriman pos masih memerlukan pembenahan, sehingga proses pengiriman barang tidak terlalu lama sampai kepada tangan pembeli atau konsumen.⁴⁸

⁴⁷Candra Ahmadi, *E-Bussines & E-commerce*, Yogyakarta: Andi, 2013, h.54-55.

⁴⁸*Ibid.*,

D. Kerangka Berpikir

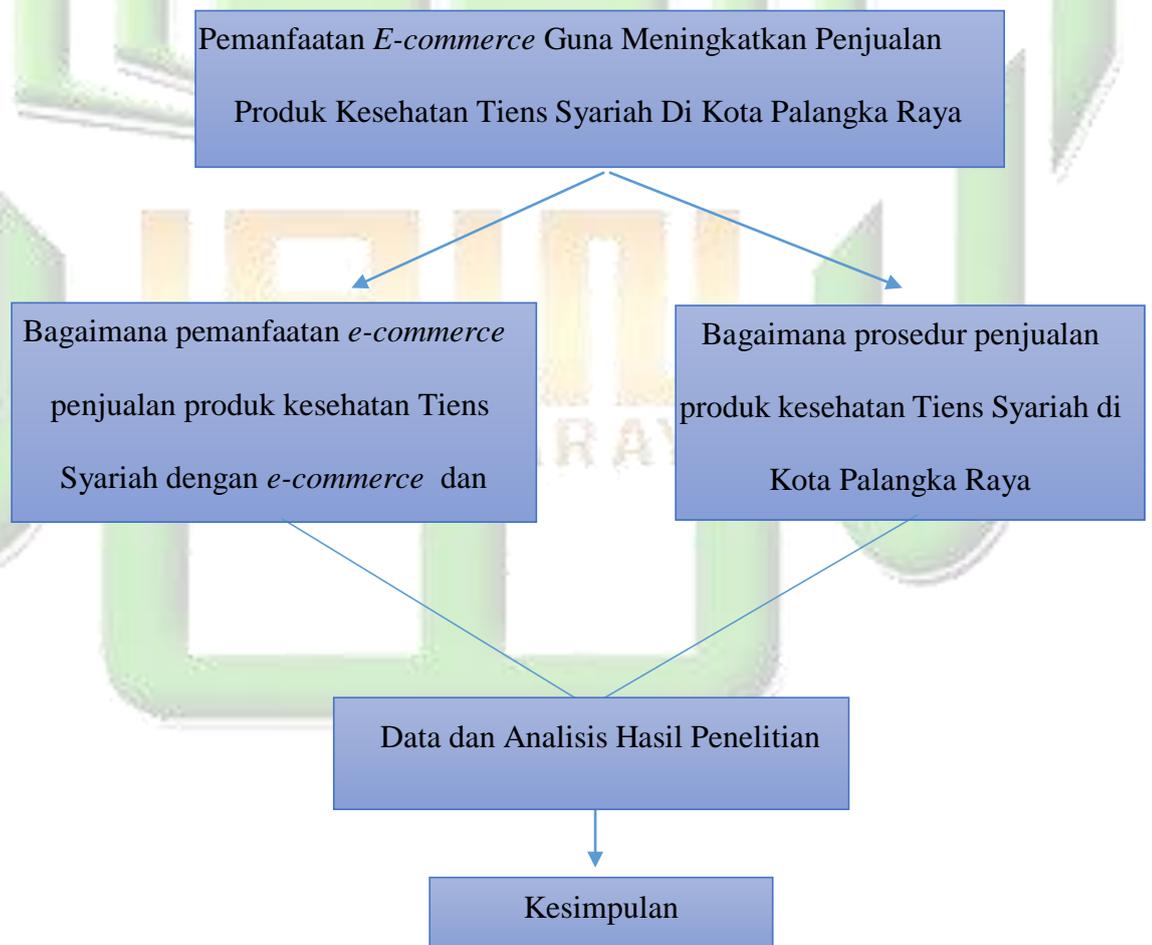
Judul dalam penelitian ini adalah “Pemanfaatan *E-commerce* Guna Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Tiens Syariah Di Kota Palangka Raya”. Dalam prolog ini peneliti akan menjelaskan secara singkat mengenai *E-commerce*, Penjualan, serta Produk Kesehatan dan juga Tiens Syariah. *E-commerce* adalah *E-commerce* merupakan perkembangan dari era teknologi dan juga informasi yang mampu menciptakan era ekonomi baru. Dalam praktiknya *e-commerce* dapat diakses sangat mudah dengan menggunakan internet di dalam satu media. *Electronik commerce* atau biasa disingkat dengan *e-commerce* merupakan suatu bentuk dari pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet. Sedangkan Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang akan menjadi lengkap jika ada pembelian, untuk menciptakan suatu transaksi terjadi. Jadi suatu kegiatan penjualan akan terjadi jika adanya pembeli dan terjadinya suatu transaksi, yang akan diakhiri melalui proses pembayaran.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Sedangkan kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan social yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara social dan ekonomi.

Tiens berasal dari ejaan bahasa Cina yang disebut “*Tianshi*” “Kesehatan dan Kesejahteraan” merupakan tema perusahaan Internasional TIENS dimasa depan yang menandai pergeseran Grup Tianshi menuju orientasi dan diverifikasi global pada pergantian abad baru. Dan Syariahnya diartikan dimana semua produk-produk yang dirilis oleh perusahaan Tiens ini sudah mendapatkan sertifikat Halal dan juga mendapatkan izin BPOM, MUI, Halal, Syariah, dan juga sudah termasuk ke TOP 5000 Asia Brand.

Bagan 2.3

Model Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian adalah (dari tanggal 24 Juni 2021 – 11 Agustus 2021) setelah penyelenggaraan seminar proposal dan mendapat izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

2. Tempat Penelitian

Tempat Penelitian ini di Kantor Stokis 764 Tiens Syariah Cabang Palangka Raya yang beralamat Jl. Sisingamangaraja No. 38 Kota Palangka Raya.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia atau penelitian lapangan bermaksud mempelajari tentang latar belakang, keadaan sekarang dan interaksi sosial, individu, lembaga dan masyarakat.⁴⁹

⁴⁹Husaini Usman dan Purwanto Setiadi Akbar, *Petodologi Penelitian Social*, Bandung : Pt Bumi Aksara, 1995, h. 5.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, pendekatan kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁵⁰

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah distributor resmi Tiens Syariah atau staff dan bisa juga para pelaku konsumen aktif Tiens syariah yang memberikan data primer untuk penelitian ini. Data primer ini merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara atau kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁵¹

Adapun kriteria subjek penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Sudah bergabung atau sudah menjadi distributor resmi Perusahaan Tiens Syariah;
- b. Memiliki akun *E-commerce*;
- c. Sudah menjalankan bisnis Tiens Syariah \pm 2 tahun;
- d. Sudah memiliki penghasilan \pm 5-10 Juta;
- e. Mengonsumsi produk kesehatan Tiens dan merasakan khasiat produknya; dan

⁵⁰Lexy J. Melong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002, h. 3.

⁵¹Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali: Pers, 2013, h. 42.

f. Bersedia diwawancarai.

2. Objek Penelitian

Menurut Nasution definisi objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.⁵²

Jadi, objek penelitian ini adalah mengenai Pemanfaatan *E-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, ada 3, yaitu :

1. Observasi

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁵³ Pada Teknik ini mengadakan penelitian langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap apa yang diteliti.

Kegunaan metode observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai implementasi bisnis online syariah. Jenis observasi yang dilakukan ini adalah observasi partisipan, yaitu penelitian yang terlibat

⁵²Nasution, *Metodologi Research (Penelitian Ilmiah)*, Bandung: Bumi Aksara, 2004, h. 101.

⁵³Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 84.

dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.⁵⁴

2. Wawancara

Pada pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, peneliti sosial dapat menggunakan metode wawancara mendalam. Sesuai dengan pengertiannya, wawancara mendalam berarti terbuka.⁵⁵ Pelaksanaan wawancara tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang ulang dengan insensitas yang tinggi. Peneliti tidak hanya percaya dengan begitu saja pada apa yang dikatakan informan, melainkan perlu mencek dalam kenyataan melalui pengamatan masyarakat. Pedoman wawancara dapat digunakan untuk menghindari peneliti kehabisan pertanyaan.⁵⁶

3. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang tidak diperoleh dengan menggunakan metode di atas berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.⁵⁷ Adapun data yang ingin dikumpulkan berdasarkan dokumentasi di sini, yaitu data yang berhubungan dengan gambaran umum tentang Pemanfaatan *E-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya dan hal-hal yang terkait

⁵⁴Sugiyono, *Pemahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabet, 2010, h. 64.

⁵⁵Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif Akuntabilisasi Metodologi Ke Arab Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001, h. 62.

⁵⁶*Ibid.*,

⁵⁷Suharsimi Arkinto, *Prosedure Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993, h. 189.

dengan penelitian seperti foto-foto yang berhubungan dengan penelitian yang bertujuan sebagai bukti dalam sebuah penelitian.

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah untuk menjamin bahwa antara yang diamati dan diteliti telah sesuai dan benar-benar ada serta peristiwa tersebut memang benar-benar terjadi dan dapat dipercaya. Dalam memperoleh keabsahan data tersebut penulis menggunakan Teknik triangulasi.

Triangulasi menurut Metodologi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan data dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang disebut metode kualitatif.

Menurut Patton yang dikutip Moleong tentang hal diatas dapat tercapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang

berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan;

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁵⁸

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang terbagi menjadi tiga. Dimana peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan triangulasi:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawah yang dipimpin, ke atas yang menugasi, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerjasama. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut.⁵⁹

⁵⁸Lexi J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 330-331.

⁵⁹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 127.

2. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dilakukan dalam mengkaji keabsahan data menggunakan persepektif lebih dari satu dalam membahas permasalahan-permasalahan yang dikaji, sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan yang lebih utuh dan menyeluruh.⁶⁰

3. Trigulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.⁶¹

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.⁶² Analisis data diperlukan beberapa tahapan yang perlu dilakukan seperti yang diungkapkan Miles dan Hubberman bahwa Teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. *Collections* data, atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilihan.

⁶⁰*Ibid.*,

⁶¹*Ibid.*, h. 128.

⁶²Sabian Utsman, *Dasar-dasar Sosiologi Hukum*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 387.

2. *Reduction* data, yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Display* data atau penyajian data ialah data yang dari kancah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data display sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.⁶³

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini, terdiri dari 3 bab yang akan diulas secara rinci sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, Kajian Pustaka yang berisi pemaparan aspek-aspek teoritis tentang fenomena atau masalah yang diteliti. Sumber rujukan bab II adalah referensi atau literatur dari buku-buku, laporan penelitian

⁶³Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, h.69.

terdahulu, tulisan pada jurnal ilmiah, situs internet, dan dokumentasi tertulis lainnya serta pemaparan tentang kerangka pemikiran peneliti.

Bab III, Metode Penelitian yang berisi waktu dan tempat penelitian, jenis pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan analisis data.

Bab IV, Hasil Pembahasan dan Penelitian dimana pada bab ini terdapat penyajian data oleh peneliti dan juga penjelasan dari peneliti terhadap penelitian skripsi peneliti yang berjudul *Pemanfaatan E-commerce Guna Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Tiens Syariah Di Kota Palangka Raya*.

Bab V, Penutup yang mana pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada bab ini peneliti menyimpulkan isi penelitian secara menyeluruh dengan berbagai saran yang dianggap perlu untuk diperhatikan.

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kota Palangka Raya

Secara geografis, kota Palangka Raya terletak pada $113^{\circ}30' - 114^{\circ}07'$ Bujur Timur dan $1^{\circ}35' - 2^{\circ}24'$ Lintang Selatan. Wilayah administrasi kota Palangka Raya terdiri atas 5 (lima) wilayah kecamatan yaitu kecamatan Pahandut, Sebangau, Jekan Raya, Bukit Batu dan Rakumpit yang terdiri dari 30 kelurahan dengan batas-batas sebagai berikut:⁶⁴

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Gunung Mas
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Gunung Mas
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Pulang Pisau
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Katingan

Kota Palangka Raya berbatasan dengan Kabupaten Gunung Mas yang terletak di sebelah utara, sedangkan di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Gunung Mas, di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Pulang Pisau, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Katingan. Keadaan topografis Kota Palangka Raya dapat dibedakan dalam 2 (dua) tipe yaitu daerah dataran dan daerah berbukit. Daerah berbukit pada umumnya

⁶⁴Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya dalam Angka 2017*, Palangka Raya : Badan Statistik Kota Palangka Raya, 2017. h.3.

terdapat di bagian utara Wilayah Kota Palangka Raya dengan ketinggian mencapai > 75 m dari permukaan laut.

Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Palangka Raya 2017

Kecamatan	Luas (Km ²)	%
1. Pahandut	119,41	4,18
2. Sabangau	641,47	22,48
3. Jekan Raya	387,53	13,58
4. Bukit Batu	603,16	21,14
5. Rakumpit	1 101,95	38,62
Palangka Raya	2 853,52	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, Kota Palangka Rayadalam Angka 2017, Palangka Raya : Badan Statistik Kota Palangka Raya,2017.⁶⁵

Jumlah penduduk Kota Palangka Raya tahun 2016 sebanyak 267.757 orang yang terdiri dari 137.057 orang laki-laki dan 130.700 orang perempuan. Penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Jekan Raya dengan 52% penduduk Kota Palangka Raya tinggal di kecamatan ini. Hal ini membuat Kecamatan Jekan Raya menjadi kecamatan terpadat dimana terdapat 349 orang setiap Km².⁶⁶

⁶⁵*Ibid.*

⁶⁶*Ibid.*

Selain jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin, berikut ini adalah jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Palangka Raya.

Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Palangka Raya 2017

Kelompok Umur	Penduduk (orang)		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0-4	12 909	12 442	25 351
5-9	11 290	10 580	21 870
10-14	11 010	10 666	21 676
15-19	12 956	14 032	26 988
20-24	15 667	15 433	31 100
25-29	12 385	11 830	24 215
30-34	12 376	11 728	24 104
35-39	11 701	11 219	22 920
40-44	11 142	10 659	21 801
45-49	9 566	8 491	18 057
50-54	7 595	6 429	14 024
55-59	3 246	4 602	10 177
60-64	1 907	1 701	3 608
75+	848	1 052	1 900
Palangka Raya	141 179	134 488	275 667

Sumber: Statistik Kependudukan Kota Palangka Raya 2017

<https://palangkakota.bps.go.id>

Berdasarkan jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin di Kota Palangka Raya tahun 2017 lebih mendominasi pada umur 20-24 dengan jumlah laki-laki 15.667 dan jumlah perempuan 15.443. Dapat disimpulkan bahwa Kota Palangka Raya memiliki produktifitas masyarakat yang cukup tinggi.

Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Menurut Agama/Aliran Kepercayaan dan Kecamatan di Kota Palangka Raya 2017

Agama & Aliran Kepercayaan	Pahandut	Sebangau	Jekan Raya	Bukit Batu	Rakumpit
Islam	65 306	17 568	85 047	8 456	1 813
Kristen	15 025	3 591	44 413	3 138	1 923
Katolik	897	109	3 937	110	2
Hindu	556	244	2 267	322	233
Budha	191	14	227	8	-
Konghucu	-	-	8	5	-
Aliran Kepercayaan	8	-	20	2	10
Tahun	81 983	21 526	135 919	12 041	3 981

Sumber :Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, Kota Palangka Raya dalam Angka 2017, Palangka Raya : Badan Statistik Kota Palangka Raya, 2017

Berdasarkan jumlah penduduk menurut agama atau aliran kepercayaan dan kecamatan di Kota Palangka Raya tahun 2017 bahwa agama terbanyak adalah agama Islam di kecamatan Pahandut berjumlah 65.306 jiwa dan Islam di kecamatan Jekan Raya berjumlah 85.047 jiwa.

2. Tiens Syariah

a. Riwayat Tiens Syariah Internasional

Perusahaan Tiens ini didirikan tahun 1995 oleh Mr. Li Jinyuan di Tianjin, China, Tiens Group Co., Ltd. (Grup TIENS) yang memasuki pasar internasional tahun 1998 berhasil didaftarkan di NASDAQ pada bulan September 2003 dan secara resmi masuk ke dalam AMEX pada bulan April 2005. TIENS adalah perusahaan multinasional yang spesialis di bidang retail, pariwisata, keuangan, perdagangan internasional dan E-bisnis. Dengan rentang bisnis di lebih dari 190 negara dan wilayah, TIENS memiliki cabang atau perwakilan di 110 negara dan kawasan dan telah menjalin aliansi strategis dengan perusahaan-perusahaan kelas dunia dari lebih dari 20 negara.⁶⁷

Tiens masuk ke Kalimantan Tengah sekitar tahun 2005 dan stokist TIENS tersebar di 3 kabupaten/kota yaitu Palangka Raya, Sampit, dan Muara Teweh. Lanjutnya menurut paparan dari leader stokist bahwa stokist ini berdiri untuk melanjutkan dari stokist sebelumnya yang beralamat di Jalan Kalimantan, Stockist 764 Palangka Raya yang sekarang berdiri pada tahun 2010.⁶⁸

⁶⁷<https://tianshineews.wordpress.com/profil-perusahaan/> (Online 14 Juli 2021)

⁶⁸Wawancara dengan Ibu SP selaku Pimpinan pada tanggal 13 Juli 2021 pada pukul 14:00 WIB.

b. Riwayat Tiens Syariah 764 Palangka Raya

Tiens masuk ke Kalimantan Tengah sekitar tahun 2005 dan stokes Tiens tersebar di sekitar 3 kabupaten/kota yaitu Palangka Raya, Sampit, dan Muara Teweh. Menurut paparan para leader stokes bahwa stokes ini berdiri untuk melanjutkan dari stokes sebelumnya yang beralamat di Jalan Kalimantan. Stokes 764 Palangka Raya yang sekarang berdiri dari tahun 2010.

c. Visi Misi Tiens Syariah Internasional

Adapun Tiens Syariah memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

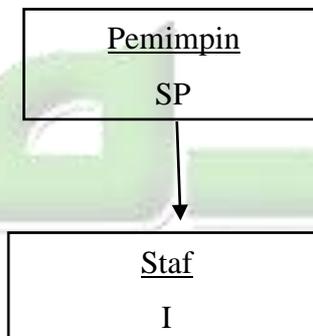
Berada di deretan terdepan dalam industri penjualan langsung global.

Misi:

Menyediakan bagi para konsumen global produk berkualitas dan kesempatan pendidikan dan kesejahteraan, meningkatkan kualitas hidup mereka, dan membangun sebuah masyarakat internasional yang harmonis.

d. Struktur Stokis 764 Palangka Raya

Tiensi Syariah stokes 764 Palangka Raya memiliki struktur stokes yang terdiri dari:



Struktur stokis diatas mempunyai tugas atau wewenang masing-masing sebagai berikut:

1. Pemimpin

- a. Membuat perencanaan pengadaan barang dan distribusi;
- b. Mengawasi mengontrol operasional distributor, barang masuk dan keluar serta memastikan keluar masuk barang berjalan lancar, melakukan pengecekan barang yang diterima sesuai dengan SOP;
- c. Membuat perencanaan, pengawasan dan laporan distributor, dan
- d. Mengawasi pekerjaan staf distributor dan agen distributor lapangan.

2. Staf

- a. Melakukan koordinasi dengan pemimpin;
- b. Mengimput data penjualan dan membuat laporan persediaan barang;
- c. Melakukan pemesanan ke distributor pusat; dan
- d. Membuat laporan penjualan yang diminta oleh pemimpin.

B. Penyajian Data

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini tentang pemanfaatan *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya, peneliti melakukan wawancara dengan menyakan berdasarkan format pedoman wawancara yang tersedia (terlampir). Selanjutnya, pihak yang di wawancara menjawab pertanyaan penelitian dengan menggunakan bahasa Indonesiadan juga sedikit bercampur dengan bahasa lokal. Untuk penyajian hasil penelitian, peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan bahasa Indonesia sepenuhnya, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh para subjek penelitian.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan para subjek penelitian yang terdiri dari 3 (tiga) orang subjek dan 4 (empat) orang informan, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kelima subjek penelitian tersebut nantinya akan menjawab kedua rumusan masalah yang ada. Adapun subjek penelitian yang dimaksud dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Subjek Penelitian

No.	Inisial Subjek	Status	Pekerjaan/Jabatan
1.	INH	Mahasiswa Univeristas Palangka Raya	*8 Tiens Indonesia

2.	M	Mahasiswa IAIN Palangka Raya	*7 Tiens Indonesia
3.	DS	Pelajar	*7 Tiens Indonesia

Sumber: Dibuat oleh peneliti 2021.

Tabel 4.2
Informan

No.	Inisial Informan	Status	Pekerjaan/Jabatan
1.	TH	Mahasiswa Univeristas Palangka Raya	*7 Tiens Indonesia
2.	DDB	Mahasiswa Univeristas Palangka Raya	*8 Tiens Indonesia
3.	TR	Lulusan SMA	*7 Tiens Indonesia
4.	DW	Lulusan SD	*8 Tiens Indonesia

Sumber: Dibuat oleh peneliti 2021.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan sesuai dengan rumusan masalah peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah dengan E-commerce & sebelum menggunakan E-commerce di Kota Palangka Raya

Pada rumusan masalah yang pertama, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada para subjek/informan terkait pemanfaatan e-commerce guna meningkatkan penjualan produk keseshatan Tiens

Syariah di Kota Palangka Raya. Adapun hasil dari wawancara tersebut diuraikan di bawah berikut ini.

a. Subjek I⁶⁹

Nama : INH

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : *8 Tiens Indoensia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan produk kesehatan Tiens Syariah beranjak dari penjualan secara *offline* & menggunakan sistem melalui *e-commerce*, sebagaimana Bapak INH menjelaskan:

“Kalo untuk penjualan secara *offline* itu dimulai dari 2017 dan kemudian beralih menggunakan media *e-commerce* pada tahun 2018.”

Kemudian pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu apa alasannya beranjak dari penjualan secara *offline* & memilih untuk menggunakan *e-commerce*, sebagaimana Bapak INH menjelaskan:

“Karena yang pasti harus beradaptasi dengan teknologi yang berkembang, dimana kalo kita berharap dengan penjualan *offline* itu memiliki pasar-pasar yang terbatas. Tapi dengan adanya media *e-commerce*, itu bisa memperluas pasar-pasar baik di Indonesia maupun sampai ke luar negeri.”

Selanjutnya pertanyaan ketiga yang diajukan oleh peneliti yaitu seberapa pentingkah penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Sangat penting, karena dengan adanya media *e-commerce* lagi-lagi bisa memperbesar target marketnya, yang awalnya mungkin

⁶⁹Wawancara dengan Bapak INH di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari Senin, tgl 30 Agustus 2021, pukul 16:09 WIB

lingkup daerah nya tapi ini bisa menjangkau luar daerah dengan media *e-commerce*.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apa yang melatarbelakangi diterapkannya penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Menurut saya yang melatarbelakangi nya itu adalah teknologi dan zaman yang semakin canggih, dimana dengan adanya *five point zero* atau bahkan dunia luar sudah mencapai *five point zero* itu mengakibatkan semua aktifitas baik itu di media penjualan itu sudah mengalami perubahan dimana yang awalnya *offline* kemudian berubah menjadi *online* dan salah satunya menggunakan media *e-commerce*.”

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apa tujuan diterapkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan sebagai berikut:

“Kalo tujuan yang pasti untuk memperbesar tujuan target market yang ada si seluruh Indonesia. Karena yang saya tahu juga kita berjualan secara *offline* itu pasti terbatas hanya orang-orang yang kita kenal baik teman saudara dan orang-orang sekitar kita. Tapi dengan adanya media *e-commerce* ini bisa memperluas pasar-pasar sehingga kita bisa menjangkau konsumen yang beragam dan sangat banyak.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah apakah tujuan dalam penjualan secara *e-commerce* ini sudah mencapai tujuan terhadap jaringan anda? Jika sudah tujuan apa saja yang telah tercapai, Bapak INH menjelaskan sebagai berikut:

“Alhamdulillah, kalo untuk tujuannya sudah banyak sekali yang sudah kami dapatkan karena dengan media *e-commerce* sangat membantu perkembangan pertumbuhan jaringan saya. Kemudian untuk tujuannya yang pasti target omzet, kemudian reward-reward, kemudian impian-impian yang Alhamdulillah satu per satu bisa tercapai dengan adanya penjualan melalui media *e-commerce*,

yang bisa memperbesar omzet grup sehingga bisa memperbesar bonus pribadi.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda mengukur suatu keberhasilan pemasaran melalui media *e-commerce* ini, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo menurut saya kalo mengukur keberhasilan itu melalui target omzet yang telah ditentukan, karena dengan adanya target omzet apakah penjualan melalui media *e-commerce* ini sudah berhasil atau belum.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan media apa yang anda lakukan untuk mempromosikan bahwa anda dan grup telah melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo penjualan sendiri melalui media *e-commerce*, kalo saya pribadi menggunakan media *market place* shopee dan sekarang mulai melalui tokopedia.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah apa saja media yang anda dan grup anda gunakan untuk memposting penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk media yang digunakan untuk memposting penjualan produk ini saya melakukannya melalui media whatsapp, instagram, facebook, dan *market place*.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah media apa yang anda dan grup anda gunakan untuk memposting penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo untuk masalah ini yang pasti beragam, dan juga *relative* mungkin bisa 1-5 kali perhari karena setiap orang beda cara untuk masalah pengiklanannya.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah bagaimana cara anda dan grup untuk menentukan segmentasi penjualan

produk kesehatan Tiens Syariah ini? Misalnya berdasarkan geografis, demografis, dan psikologis, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk masalah ini saya mencari tahu menggunakan bantuan via *google trend*.”

Pertanyaan selanjutnya adalah mengapa anda memilih target segmentasi tersebut, Bapak INH menjelaskan:

“Yang pasti supaya lebih terarah dan tertarget karena dengan kita melihat dari *google trend* itu memiliki data yang spesifik sehingga memudahkan kita untuk mencari apa yang kita mau.”

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana bentuk komunikasi yang anda lakukan dalam meningkatkan jumlah pelanggan setelah memilih melakukan menggunakan media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Bentuk komunikasi yang kami pilih yang pasti kami lebih memilih memfokuskan untuk melakukan pelayanan terbaik kepada konsumen. Apabila konsumen mendapatkan pelayanan dan mereka merasa puas, ini dapat meningkatkan tingkat closing dan akhirnya bisa menimbulkan repeat order sehingga berdampak pada peningkatan omzet.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah bagaimana penetapan harga penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Yang pasti kita harus ramah kepada konsumen, karena kita juga sebagai konsumen juga pasti berharap untuk mendapatkan penjual yang ramah, dan juga harus *fast respon* karena ini sangat penting dalam penjualan melalui media *e-commerce* terutama dengan *fast respon* konsumen bisa lebih puas dengan pelayanan kita.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah bagaimana penetapan harga penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo untuk penetapan harga penjualan ini sudah ada kesempatan bersama kalo untuk produk sendiri itu sudah ada ketentuan dari perusahaan. Tapi kalo melalui media *e-commerce* itu ada harga ketetapan dari masing-masing jaringan.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah bagaimana proses pengiklanan dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo untuk proses pengiklanannya biasanya melalui iklan berbayar, bisa dengan IG add, atau FB add.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah bagaimana proses anda setelah melakukan pengiklanan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo ini lebih dengan cara lebih ke management kepada pelanggan supaya meningkatkan *repeat order* dari para pelanggan atau konsumen.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah siapa saja yang bisa bertanggung jawab dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk tanggung jawab ini lebih ke masing-masing distributor yang memiliki akun media *e-commerce* tersebut, karena kita sudah ada kesepakatan, peraturan dan *rules* yang telah dibuat bersama, jadi orang yang memiliki akun tersebut lah yang akan menerima konsekuensi jika dia melanggar.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah bagaimana cara anda memposisikan produk kesehatan Tiens ini kepada para masyarakat, Bapak INH menjelaskan:

“Yang pasti dengan cara mengedukasi tentang manfaat produk kesehatan secara detail kepada masyarakat, dimana masyarakat itu sangat butuh tentang informasi kesehatan dan itulah jadi tugas para distributor untuk memberikan informasi yang sangat detail kepada para masyarakatnya.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah hal apa saja yang anda dapatkan untuk pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini saat sebelum & seduah menggunakan media *e-commerce* ini, Bapak INH menjelaskan:

“Yang pasti hal yang signifikan yang saya rasakan adalah ini peningkatan omzet secara signifikan karena dengan peralihan sebelum dan setelah menggunakan media *e-commerce* ini sangat luar biasa yang mana ada peningkatan yang luar biasa karena bisa menjangkau konsumen yang sangat besar dengan target yang beragam.”

b. Subjek II⁷⁰

Nama : M

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : *7 Tiens Indoensia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan produk kesehatan Tiens Syariah beranjak dari penjualan secara *offline* & menggunakan sistem melalui *e-commerce*, sebagaimana Bapak M menjelaskan:

“Kalo setahu saya ini sejak 2015 sudah beranjak dari penjualan secara *offline* dan menggunakan sistem melalui media *e-commerce* melalui *online*. Pada waktu itu juga kami melihat dari grup lain atau bisa dibilang *crossline* sudah memulai melalui media *e-commerce* secara *online*.”

Kemudian pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu apa alasannya beranjak dari penjualan secara *offline* & memilih untuk menggunakan *e-commerce*, sebagaimana Bapak M menjelaskan:

“Kalo ini mennurut saya pribadi apabila kita menggunakan media *e-commerce* secara *online* maka penjualan kita akan lebih cepat

⁷⁰Wawancara dengan Bapak M beralamat Jl. Bangas Permai 6 No. 43f Palangka Raya, pada hari Kamis, tgl 23 September 2021, pukul 21:50 WIB

untuk meningkatkan omzet dan apabila secara *offline* hanya sekitar dari diri kita saja.”

Selanjutnya pertanyaan ketiga yang diajukan oleh peneliti yaitu seberapa pentingkah penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Kalo menurut saya ini sangat penting sekali karena kalo kita tidak menggunakan media *online*, kita akan sangat ketinggalan sekali dan juga kemungkinan pemasaran kita akan disitu-situ saja yang bisa kita jangkau sedangkan kalo secara *online* ini banyak yang bisa kita jangkau bahkan bukan hanya dari satu daerah saja tetapi seluruh Indonesia tahu kalo kita jualan produk kesehatan itu. Dan juga bahkan jangkauannya juga bisa sampe keluar Negeri.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apa yang melatarbelakangi diterapkannya penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Yang melatarbelakangi nya kalo menurut saya karena untuk meningkatkan omzet lebih cepat dan lebih banyak lagi dan juga mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju.”

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apa tujuan diterapkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan sebagai berikut:

“Kalo tujuannya untuk meningkatkan omzet lebih cepat dan juga untuk penjualan semakin banyak lagi.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah apakah tujuan dalam penjualan secara *e-commerce* ini sudah mencapai tujuan terhadap jaringan anda? Jika sudah tujuan apa saja yang telah tercapai, Bapak M menjelaskan sebagai berikut:

“Alhamdulillah untuk sekarang sudah tercapai dengan adanya sistem penjualan secara *e-commerce* ini penjualan lebih cepat dan juga lebih meningkat apabila dibandingkan dengan secara *offline*

ini, karena apabila secara *offline* ini kita hanya bisa mencakup *circle* atau hanya dari lingkungan kita saja.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda mengukur suatu keberhasilan pemasaran melalui media *e-commerce* ini, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk ini kita bisa melihat dari hasil penjualannya lalu untuk diawal itu dan juga dari seberapa omzet nya yang masuk.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah apa saja media yang anda lakukan untuk mempromosikan bahwa anda dan grup telah melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Untuk saat ini kami menggunakan media whatsapp, instagram, facebook, tik tok, dsb.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah apa saja media yang anda dan grup anda gunakan untuk memposting penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak M menjelaskan:

“Media yang digunakan adalah whatsapp melalui status WA, IG juga sama, dan juga facebook kita jualannya di *market place*. ”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah dalam sehari ada berapa kali anda dan grup memposting atau mengiklan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak M menjelaskan:

“Kalo dibilang rata-rata dalam sehari itu bisa samapi dua kali iklan, dan kalo untuk di posting itu bisa sampe 10 atau bahkan bisa sampai 20.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah bagaimana cara anda dan grup untuk menentukan segmentasi penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini? Misalnya berdasarkan geografis, demografis, dan psikologis, Bapak M menjelaskan:

“Cara nya kita menggunakan satu aplikasi yang namanya itu *Google Trend* disitu kita bisa melihat pasar dimana yang akan kita taroh misalkan penggemuk badan itu bisa kita lihat dimana orang-orang yang sering atau yang melakukan pencarian terbanyak, maka kita bisa letakkan dikota tersebut.”

Pertanyaan selanjutnya adalah mengapa anda memilih target segmentasi tersebut, Bapak M menjelaskan:

“Karena menurut saya ini lebih tepat karena juga kita juga berbicara lebih ke data bukan dengan melalui uji coba saja.”

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana bentuk komunikasi yang anda lakukan dalam meningkatkan jumlah pelanggan setelah memilih melakukan menggunakan media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Dalam meningkatkan jumlah pelanggan ini kami lebih banyak memposting dan iklan dikota tersebut dan akan semakin banyak orang yang melihat dan pasti juga akan banyak orang yang menanyakan dan orang yang menanyakan tersebut pasti akan menanyakan langsung baik itu melalui media WA atau melalui messenger dan dari disinilah kami membina hubungan dengan pelanggan. Dan juga kami menerapkan sikap yang ramah dan juga *fast respon*.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah bagaimana teknis komunikasi atau pelayanan anda kepada pelanggan yang ingin membeli produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk ini yang pasti kami menggunakan tanya jawab yang ramah, seperti diatas tadi dan juga kita harus *fast respond* dan juga kami memberikan testimoni-testimoni dan juga *list* harganya juga dan juga biasanya ada harga diskon juga.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah bagaimana penetapan harga penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk penetapan harga penjualan produk ini biasanya akan lebih beda dari pada yang *offline* karena di *offline* ini kita tidak menggunakan iklan, dan kalo untuk *online* ini kita perlu menggunakan iklan dan juga ada biaya yang harus kita keluarkan juga maka akan lebih sedikit mahal. Biasanya juga kalo kita jualan di *offline* itu 15% dari modal, sedangkan kalo secara *online* ini biasanya 30%-50% karena ada biaya iklan.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah bagaimana proses pengiklanan dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Kita ambil contoh kalo menggunakan facebook, kita tinggal buka *market place* saja lalu kita sudah ada foto yang ingin kita siapkan lalu kita posting disitu dan setelah kita posting itu foto tersebut bisa kita iklankan dan biasanya 50 perhari ini untuk di facebook. Kalo untuk di Instagram kita kerjasama dengan selebgram-selebgram untuk mempromosikan produk kita dan juga kita bayar selebgram tersebut.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah bagaimana proses anda setelah melakukan pengiklanan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Setelah iklan yang kita siapkan itu diri kita dan juga akun kita karena setelah iklan itu biasanya banyak yang nanya dan juga ingin konsultasi naaa kita mempersiapkan akan hal-hal itu.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah siapa saja yang bisa bertanggung jawab dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Tentu yang pertama adalah penjualnya dan juga yang mengajarkan untuk jualannya.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah bagaimana cara anda memposisikan produk kesehatan Tiens ini kepada para masyarakat, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk masyarakat dalam *circle* saya adalah kita harus menggunakan produknya dulu baru setelah kita menggunakan produknya, kita juga merasakan khasiatnya juga baru kita ceritakan kepada masyarakat sekitar.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah hal apa saja yang anda dapatkan untuk pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini saat sebelum & sesudah menggunakan media *e-commerce* ini, Bapak M menjelaskan:

“Sangat terasa seklai kalo di *offline* kita untuk mencari misalkan omzet satu juta saja itu susah banget sedangkan kalo secara *online* kita sehari mencari 3 juta itu sangat mudah tergantung iklan sebanyak apa jadi ini sangat mungkin sekali.”

c. Subjek III⁷¹

Nama : DS

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : *7 Tiens Indoensia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan produk kesehatan Tiens Syariah beranjak dari penjualan secara *offline* & menggunakan sistem melalui *e-commerce*, sebagaimana Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk ini dari saya pribadi mengenalnya dari sejak tahun 2016.”

Kemudian pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu apa alasannya beranjak dari penjualan secara *offline* & memilih untuk menggunakan *e-commerce*, sebagaimana Bapak DS menjelaskan:

⁷¹Wawancara dengan Bapak DS beralamat Jl. Bangas Permai 6 No. 43f Palangka Raya, pada hari Kamis, tgl 23 September 2021, pukul 22: 11WIB

“Karena target *market* nya sangat luas dan juga bisa menjagkau bukan hanya dari kota ke kota bahkan bisa juga luar kota dan juga bahkan bisa sampai ke Luar Negeri.”

Selanjutnya pertanyaan ketiga yang diajukan oleh peneliti yaitu seberapa pentingkah penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Sangat penting untuk menghasilkan omzet yang sangat cepat dan juga bisa menghasilkan bonus yang besar juga.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apa yang melatarbelakangi diterapkannya penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk inidari saya pribadi karena mengikuti perkembangan zaman dan juga saya sudah mengalami karena dulu waktu melalui penjualan secara *offline* saya merasakan lumayan susah untuk mendapatkan omzet.”

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apa tujuan diterapkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan sebagai berikut:

“Tujuannya untuk menambah omzet dan juga untuk meningkatkan penjualan kita.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneiliti ajukan adalah apakah tujuan dalam penjualan secara *e-commerce* ini sudah mencapai tujuan terhadap jaringan anda? Jika sudah tujuan apa saja yang telah tercapai, Bapak DS menjelaskan sebagai berikut:

“Alhamdullialh sudah. Kalo untuk tujuannya yaitu salah satunya mmebantu orang yang kesehatannya kurang misalkan orang perlu pelangsing naaa kita bisa memberikan dan menyarankan dari produk kesehatan kita ini. Dan kalo untuk saya pribadi alhamdulilah bisa beli motor secara *cash*, bisa membeli *handphone*, dan juga bisa membeli tanah juga.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda mengukur suatu keberhasilan pemasaran melalui media *e-commerce* ini, Bapak DS menjelaskan:

“Dilihat dari segi penjualannya dan juga dari segi perkembangan omzetnya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah apa saja media yang anda lakukan untuk mempromosikan bahwa anda dan grup telah melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk media nya melalui whatsapp, instagram, dan juga facebook.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah apa saja media yang anda dan grup anda gunakan untuk memposting penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk media nya melalui whatsapp kalo untuk whatsapp ini kita posting di kalo untuk whatsapp ini kita posting di *story* WA nya, kalo di instagram ini bisa melalui *story* dan *feed*, dan juga facebook kalo facebook ini di bagian *market placenya*.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah dalam sehari daa berapa kali anda dan grup memposting atau mengiklan produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk sehari itu ada 30-40 foto kalo untuk instagram itu kisaran 2-3 kali iklan dalam sehari.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah bagaimana cara anda dan grup untuk menentukan segmentasi penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini? Misalnya berdasarkan geografis, demografis, dan psikologis, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo di facebook ini kami menggunakan *Google Trend* untuk menjangkau kota dan daerah yang bagus, kalo di IG kami menggunakan analisis data du bagian selebgramnya.”

Pertanyaan selanjutnya adalah mengapa anda memilih target segmentasi tersebut, Bapak DS menjelaskan:

“Karena menyesuaikan dengan target *market* produk kita sesuai gak sama kota tersebut kemudian iklan di selebgram yang menggunakan iklan tersebut sesuai gak sama produk kita.”

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana bentuk komunikasi yang anda lakukan dalam meningkatkan jumlah pelanggan setelah memilih melakukan menggunakan media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Bentuk komunikasi yang saya lakukan itu dari tanya jawab dan juga cara pelayanan kepada konsumen.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah bagaimana teknis komunikasi atau pelayanan anda kepada pelanggan yang ingin membeli produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo ini dari saya pribadi saya berikan pelayanan yang bagus, *fast respon* juga dan juga saya kasih testimoni-testimoninya juga dan juga setelah itu saya kasih *list* harga produknya.”

Kemudian pertanyaan yang peneliti ajukan dalaha bagaimana penetapan harga penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo penetapan harga ini kita menyesuaikan dengan budget yang dimiliki oleh konsumen atau bisa juga dikasih diskon untuk konsumen.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah bagaimana proses pengiklanan dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo dari saya pribadi saya melakukan pengiklan kalo untuk IG saya menggunakan selebgram untuk mengiklankan produk kesehatan yang saya jual ini.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah bagaimana proses anda setelah melakukan pengiklanan penjualan produk kesehatan

Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk proses dari saya sendiri, saya menggunakan analisis data di bagian data dan juga saya seleksi juga selebgram ini sesuai gak sama yang akan saya iklan kan dan juga sama produk kesehatan yang saya jual ini.”

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan adalah siapa saja yang bisa bertanggung jawab dalam penjualan produk kesehatan Tiens

Syariah ini melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Pastinya kita sebagai penjual kita yang tanggung jawab. Dan juga yang mengajarkan kita berjualan secara *online*.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah bagaimana cara anda memposisikan produk kesehatan Tiens ini kepada para masyarakat, Bapak DS menjelaskan:

“Dengan menggunakan produk secara pribadi dan merasakan khasiatnya dan setelah itu kita ceritakan kepada masyarakat atau orang yang ada disekitar kita.”

Kemudian pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah hal apa saja yang anda dapatkan untuk pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini saat sebelum & sesudah menggunakan media *e-commerce* ini, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo secara *offline* ini yang pasti omzet dan juga penjualannya kurang dan sesudah menggunakan media *e-commerce* melalui media *online* ini kita bisa menjangkau pasar lebih luas dan yang pastinya produk dan juga omzet dan penjualannya drastis naik.”

a. Informan I⁷²

Nama : TH

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : *7 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mengetahui adanya produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak TH menjelaskan:

“Sejak sekolah SMA kelas 2, waktu tu dikenalkan oleh teman sendiri dan waktu itu ditawarkan produk yang nama nya spirulina pada tahun 2016.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mulai mengkonsumsi produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak TH menjelaskan:

“Sejak sekolah SMA kelas 2 juga tapi saya tidak mengkonsumsi produk spirulina tersebut tetapi saya gunakan untuk masker di wajah.”

Apakah ada perubahan saat anda mengkonsumsi produk kesehatan dari Tiens Syariah ini, Bapak TH menjelaskan:

“Alhamdulillah ada yang awalnya muka saya kusam setelah menggunakan masker spirulina dari produk Tiens ini merasakan khasiat nya yaitu lebih cerah dan jerawat serta noda yang memandel di wajah saya hilang.”

Bagaimana cara produk kesehatan Tiens Syariah ini melakukan promosi kepada konsumen, Bapak TH menjelaskan:

“Kalo waktu itu saya ditawarkan secara langsung oleh teman satu sekolah saya. Jadi dia menceritakan semua produk dan semua khasiat yang ada pada produk Tiens tersebut.”

⁷²Wawancara dengan Bapak TH di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari senin, tgl 30 Agustus 2021, pukul 15:59 WIB

b. Informan II⁷³

Nama : DDB

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : *8 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mengetahui adanya produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak DDB menjelaskan:

“Sejak tahun 2015 dan pada saat itu saya masih duduk di bangku sekolah kelas 2 SMA.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mulai mengonsumsi produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak DDB menjelaskan: Bapak DDB menjelaskan:

“Sejak awal saya mengetahui adanya produk Tiens ini dan pada tahun 2015 itu. Dan saya waktu itu mengonsumsi produk peninggi badan dari Tiens yang mana produknya terdiri dari zinc capsules dan juga susu nutrient calcium powder.”

Apakah ada perubahan saat anda mengonsumsi produk kesehatan dari Tiens Syariah ini, Bapak DDB menjelaskan:

“Perubahan yang saya rasakan setelah mengonsumsi produk dari Tiens ini ada dan saya juga merasakan adanya penambahan tinggi badan saya bertambah beberapa cm.”

Bagaimana cara produk kesehatan Tiens Syariah ini melakukan promosi kepada konsumen, Bapak DDB menjelaskan:

“Cara produk kesehatan Tiens Syariah ini melakukan promosi kepada konsumennya dapat berupa media *e-commerce* salah satunya berupa facebook, dan setelah itu chat via messenger dan setelah itu diajak untuk ketemuan dan juga bisa dijelaskan dan dipromosikan secara langsung di lapangan.”

⁷³Wawancara dengan Bapak DDB di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari senin, tgl 09 September 2021, pukul 15:58 WIB

c. Informan III⁷⁴

Nama : TR

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : *7 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mengetahui adanya produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak TR menjelaskan:

“Sejak tahun 2017, tepatnya pada akhir tahun yaitu pada bulan Desember 2017. Dan pada saat itu saya masih sekolah dan masih kelas 2 SMA.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mulai mengonsumsi produk kesehatan Tiens Syariah,

Bapak TR menjelaskan:

“Kalo untuk konsumsi produk ini ketika saya sedang jualan dan punya uang lebih dan saat itu saya beli produknya untuk saya konsumsi.”

Apakah ada perubahan saat anda mengonsumsi produk kesehatan dari Tiens Syariah ini, Bapak TR menjelaskan:

“Untuk perubahan ini Alhamdulillah ada, dan saat itu saya mengonsumsi produk dan nama produknya adalah muncoard dari Tiens Syariah. Dan untuk perubahan yang saya alami setelah mengonsumsi produk ini adalah pada waktu itu saya masih padat-padatnya kegiatan sekolah contohnya salah satunya saya mengikuti kegiatan pramuka dimana kegiatan pramuka ini sangat padat dan pastinya menguras tenaga yang lumayan lah tetapi setelah saya mengonsumsi produk muncoard dari Tiens Syariah ini saya merasa stamina saya terjaga dan juga tidak cepat lelah seperti teman-teman saya yang lainnya.”

⁷⁴Wawancara dengan Bapak TR di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari senin, tgl 17 September 2021, pukul 08:45 WIB

Bagaimana cara produk kesehatan Tiens Syariah ini melakukan promosi kepada konsumen, Bapak TR menjelaskan:

“Klao untuk saat itu saya ditawarkan melalui suatu pertemuan dan pada saat itu saya di perkenalakan satu produk yang namanya Spirulina. Dan saya juga di ajarkan untuk berbisnis dan menjual masker spirukina itu.”

d. Informan IV⁷⁵

Nama : DW

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : *8 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mengetahui adanya produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak DW menjelaskan:

“Saya mengetahui adanya produk Tiens Syariah ini pada saat pertengahan Februari 2017.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu sejak kapan anda mulai mengkonsumsi produk kesehatan Tiens Syariah, Bapak DW menjelaskan:

“Saya mulai mengkonsumsi produk ini pada bulan Desember tahun 2018 dan kebetulan saat itu saya sedang terkena penyakit DBD dan juga adanya tumor di payudara. Dan kalo untuk jenis produk yang saya konsumsi kalo untuk tumor ini ada 3 jenis produk yaitu, grape extract, chitin chitosan, dan muncoard. Dan kalo untuk DBDD nya ada 2 jenis produk yaitu, muncoard dan spirulina.”

Apakah ada perubahan saat anda mengkonsumsi produk kesehatan dari Tiens Syariah ini, Bapak DW menjelaskan:

“Alhamdulillah perubahannya ada, kalo untuk tumor itu saya divonis untuk operasi, tapi setelah saya divonis untuk operasi itu saya kembali lagi dalam waktu dua minggu untuk kontrol alhamdulillah

⁷⁵Wawancara dengan Bapak DW di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari senin, tgl 17 September 2021, pukul 08:39 WIB

tumornya sudah gak ada lagi. Dan untuk DBD ini Alhamdulillah trombosit saya langsung kembali normal lagi.”

Bagaimana cara produk kesehatan Tiens Syariah ini melakukan promosi kepada konsumen, Bapak DW menjelaskan:

“Pada saat itu saya dikenalkan oleh teman saya dan saat itu saya diajak ke sebuah pertemuan untuk mendapatkan penjelasan secara detail lagi tentang produk Tiens Syariah ini.”

Dari hasil wawancara diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *E-commerce* & sebelum menggunakan *E-commerce* di Kota Palangka Raya adalah dimana dengan adanya media *e-commerce* ini sangat penting dan juga sangat membantu kami dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini selain itu juga salah satunya karena yang pasti dimana kita harus beradaptasi dengan teknologi yang berkembang, dimana kalo kita berharap dengan penjualan *offline* saj kita hanya menjangkau tempat-tempat tertentu saja sedangkan kalo kita berjualan secara *online* ini sangat memiliki potensi yang sangat besar dan juga luas karena dengan adanya media *e-commerce* ini kita bisa menjangkau yang mungkin bahkan wilayah atau tempat yang belum bisa kita jangkau bisa terjangkau dengan media *e-commerce* secara *online* ini.

Dengan adanya media *e-commerce* ini juga bisa memperbesar target *market* yang ingin kita tuju dan juga ruang lingkup yang kemungkinan awalnya belum pernah kita jangkau tapi dengan adanya media *e-commerce* ini kita bisa menjangkau daerah yang mungkin kita belum bisa jangkau atatu bisa dibilang tidak hanya mencakup di Indonesia saja tapi bisa mencapai sampai ke Luar Negeri.

2. Prosedur *E-commerce* dalam meningkatkan produk kesehatan

Tiens Syariah di Kota Palangka Raya

a. Subjek I⁷⁶

Nama : INH
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Jabatan : *8 Tiens Indoensia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana prosedur yang anda lakukan dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk prosedur biasanya kami tidak langsung untuk berjualan di *e-commerce*, biasanya kami bisa melalui media-media yang lain dulu seperti instagram, kemudian baru kami arahkan konsumen ke *e-commerce* dan kemudian di *e-commerce* tersebut mereka akan memilih produk yang ingin dibeli dan biasanya kami arahkan lagi ke whatsapp untuk kami masukan ke dalam *database*.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja perencanaan yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk masalah perencanaan yang akan saya lakukan di *e-commerce* ini yang pasti saya akan memperbaiki *brand* toko kami yang ada di *e-commerce* kemudian akan merencanakan untuk beriklan contohnya di shopee.”

Selanjutnya pertanyaan ketiga yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

⁷⁶Wawancara dengan Bapak INH di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari Senin, tgl 30 Agustus 2021, pukul 16:24 WIB

“Untuk pertimbangan yang pasti karena ya mengikuti perkembangan zaman harus mengikuti perkembangan tersebut kemudian lain untuk memperbesar pasar-pasar atau target marketnya supaya bisa menjangkau sampai ke seluruh Indonesia atau bahkan sampai ke luar negeri.”

Selanjutnya pertanyaan keempat yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk prosedur meningkatkan penjualannya yang pasti selain memperbaiki toko kemudian untuk memperbaiki rantingnya dan kemudian masuk ke dalam dunia periklanan.”

Kemudian pertanyaan kelima yang diajukan oleh peneliti yaitu dari prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini prosedur apa yang menurut anda sangat penting dan berikan alasannya, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk prosedur yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan yang pasti kita harus beriklan, kalo kita sekedar cuman posting aja di *e-commerce* itu biasanya tidak langsung naik jadi solusinya dengan beriklan tersebut bisa meningkatkan toko tersebut dan juga kita bisa menjadi *top best seller*.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apakah ada kendala yang anda hadapi dalam prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini, Bapak INH menjelaskan:

“Pasti ada. Untuk kendala kalo beriklan yang pasti biasanya terkendali di *budget*. Kalo di market place itu biasanya banyak persaingan harga dan karena dengan produk yang sama itu harganya berbeda mungkin ada yang menjatuhkan harga jauh lebih murah atau dan sebagainya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja kendala tersebut? Tolong anda jelaskan, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk kendala kalo beriklan yang pasti biasanya terkendali di *budget*. Kalo di market place itu biasanya banyak

persaingan harga dan dengan produk yang sama itu harganya bisa berbeda mungkin ada yang menjatuhkan harga jauh lebih murah atau ada yang memasang harga dengan lebih tinggi atau dan sebagainya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apakah ada hambatan dalam jaringan internet seperti bermasalah dalam jangkauan atau bahkan tidak terekspos nya penjualan anda melalui media *e-commerce* ini, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk masalah ini sih relatif. Kalo kita masih ada di kota jangkauannya internet nya juga masih bagus itu masih aman. Tapi kalo kita sedang diluar kota dengan jaringan internet yang kurang bagus itu bisa jadi masalah karena jangkauan internet nya kurang.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana solusi yang anda lakukan untuk menghindari atau meminimalisir hambatan tersebut, Bapak INH menjelaskan:

“Solusi nya mungkin kalo jaringan lelet kita bisa meningkatkan kualitasnya dengan wifi supaya lebih cepat dan lebih enak untuk kita berjualan di media *e-commerce*.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu dalam prosedur *e-commerce* ini ancaman apa saja yang anda ketahui, Bapak INH menjelaskan:

“Mungkin akun kita bisa di *hack* dan juga bisa di *banet* kemudian juga bisa di blokir dan kemudian pesaingan harga yang pastinya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda menghadapi ancaman tersebut, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo akun kita di *banet* itu pasti ada masalah jadi kita bisa memperkecil masalah tersebut dengan mengikuti *rules* dan ketentuan yang diberikan oleh *e-commerce* ataupun *market place* tersebut, sehingga kita keluar dari ancaman-ancaman tersebut.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu dalam prosedur *e-commerce* ini ada hambatan implementasi menggunakan media *e-commerce* bagaimana

pandangan anda terhadap implementasi tersebut, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo untuk ini hambatan nya yang pasti ini bisnis jaringan dan berhadapan dengan banyak orang dan berbagai macam *background* dan latar belakang ada yang mungkin gaptek ada juga yang tau tentang IPTEK. Hambatan nya biasanya pada saat kita mengajarkan orang yang gaptek itu akan jauh lebih susah karena perlu pemahaman yang lebih dan itu juga perlu waktu berulang-ulang karena tidak bisa sekali ajarkan saja.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda untuk menghindari hambatan implementasi *e-commerce* ini, Bapak INH menjelaskan:

“Yang pasti semua perlu edukasi pada saat kita memperbanyak edukasi dan terus memberikan pemahaman-pemahaman hambatan itu pasti bisa terselesaikan.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu adakah pesaing produk lain yang ingin menyamai *brand* produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini? Jika ada bisa anda jelaskan, Bapak INH menjelaskan:

“Untuk pesaing ini banyak sekali apalagi di *e-commerce* ini sangat-sangat banyak sekali dan sangat beragam bahkan yang sangat dimiriskan banyak yang menjatuhkan harga dibawah ketentuan harga yang berlaku dan inilah yang membuat masalah sebenarnya, kemudian banyak juga yang yaaa *repack* mungkin dan lain sebagainya. Ini juga salah satu hal yang jadi masalah dan hambatan bagi kami.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimanaca cara yang anda lakukan untum menghadapi para pesaing *brand* produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak INH menjelaskan:

“Yang apsti kita mengedepankan kualitas karena biasa nya para pesaing *brand* ini kit apunya perbedaan di masing-masing produk dan yang harus kita tunjukan itu kualitas dari produk kita. Kalo produk kita memiliki *added value* dan konsumen bisa menangkap hal itu konsumen akan terus masuk ke kita tanpa memikirkan pesaing-pesaing yang lain.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda untuk menjaga kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen yang telah berlangganan

membeli produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak INH menjelaskan:

“Yang pertama terus meningkatkan kualitas produk, kemudian meningkatkan pelayanan dan mungkin biasanya kami berikan tips-tips kemudian cara-cara dan sebagainya kemudian dengan pelayanan yang ramah, sehingga itu bisa meningkatkan *repeat order* dari para konsumen kami.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu berapa jumlah pelanggan yang telah membeli produk kesehatan Tiens ini dengan anda selama perbulan/pertahun melalui media *e-commerce* ini? Bolehkan saya minta data pelanggan tersebut, Bapak INH menjelaskan:

“Kalo untuk perbulan ini bisa puluhan bahkan ratusan. Kalo data-data kebetulan saya ada nanti bisa saya berikan.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah apakah ada promo yang anda berikan kepada para pelanggan melalui media *e-commerce* ini? Dalam bentuk apa promonya, Bapak INH menjelaskan:

“Ini salah satu strategi dari penjualan di *e-commerce* jadi selain kita memberikan promo-promo kemudian ada promo harga ini adalah salah satu strategi *marketing* yang harga coret tapi juga bisa digunakan dengan promo bisa menambahkan *free-free* yang lain seperti alat-alat pendukung dan sebagainya.”

b. Subjek II⁷⁷

Nama : M
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Jabatan : *7 Tiens Indoensia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana prosedur yang anda lakukan dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk prosedur kita ambil contoh facebook, kita buka dulu akun facebooknya yang sudah ada *market place* nya biasanya sudah ada akun yang lama, lalu kita juga sudah punya foto yang sudah kita siapkan biasanya dari 10-20 foto setelah itu baru kita posting di akun penjualan tersebut.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja perencanaan yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk perencanaan ini dari saya pribadi yaitu dari target foto yang di *upload* kemudian bisa juga dari kota yang akan kita tentukan.”

Selanjutnya pertanyaan ketiga yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Untuk pertimbangan ini sendiri adalah dari kecepatan dan kemudahan dalam melakukan media *e-commerce* ini untuk penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini.”

Selanjutnya pertanyaan keempat yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan

⁷⁷Wawancara dengan Bapak M beralamat Jl. Bangas Permai 6 No. 43f Palangka Raya, pada hari Kamis, tgl 23 September 2021, pukul 22:00 WIB

penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk ini dari jumlah angka, misalkan dari satu orang jualnya 10 tapi omzetnya sedikit dan kalo misalnya di *upload* 100 itu pasti lebih banyak. Tapo karena tenaga satu orang ini gak sanggup untuk melakukan hal itu, jadi kami menambah orang untuk penjualan produk kesehatan itu jadi dari setiap orang itu nanti bisa meng *upload* masing misalkan bisa 10 dan bisa kita kalikan kalo ada 10 orang kita kali 10 sudah 100 foto produk yang akan tersebar.”

Kemudian pertanyaan kelima yang diajukan oleh peneliti yaitu dari prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini prosedur apa yang menurut anda sangat penting dan berikan alasannya, Bapak M menjelaskan:

“Kalo menurut saya yang paling penting yaitu memperbanyak orang untuk berjualan produk tersebut dibandingkan misalkan hanya kita sendiri yang beroperasi.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apakah ada kendala yang anda hadapi dalam prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini, Bapak M menjelaskan:

“Untuk kendala ini pasti ada.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja kendala tersebut? Tolong anda jelaskan, Bapak M menjelaskan:

“Biasanya kalo misalkan berjualan di facebook itu kendalanya orang yang beli lalu tiba-tiba minta *cancel* transaksi penjualan produk kesehatan ini. Dan salah satu kendalanya juga yaitu jaringan internet termasuk menjadi kendala untu kita karena apabila jaringannya lelet maka akan berdampak kepada Tanya jawab kita terhadap konsumen atau bahkan ketika memposting akan sangat terganggu apabila jaringan internetnya lelet.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apakah ada hambatan dalam jaringan internet seperti bermasalah dalam jangkuan atau bahkan tidak terekspos nya

penjualan anda melalui media *e-commerce* ini, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk hambatan ini hampir sering sekali ada contohnya saja seperti kejadian beberapa pekan lalu yang terjadinya gangguan indihome secara masal.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana solusi yang anda lakukan untuk menghindari atau meminimalisir hambatan tersebut, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk menghindari dan meminimalisirnya biasanya kita kumpulkan orang-orang yang berjualan yang ada pada satu kota ini lalu kita cari tempat yang ada koneksi internetnya yang bagus dan juga disitu kita bisa berjualan secara bersama. Bahkan juga terkadang ada orang yang ingin jualan dan tidak ada modal atau terkendala kuota atau jaringan internet maka dari itu dari kita kumpul jadi satu ditempat yang ada jaringan internetnya kita bisa memposting dan berjualan di akun kita masing-masing”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu dalam prosedur *e-commerce* ini ancaman apa saja yang anda ketahui, Bapak M menjelaskan:

“Yang saya ketahui adalah ancamannya yang paling berat adalah penipuan ketika orang *transfer*, terus juga orang yang COD kita udah *packing* bagus-bagus eh tetiba dia minta *return* dan pada saat *return* ini kemasannya sudah tidak sebagus ketika kita *packing* untuk dikirimkan ke konsumen tersebut. Hal ini sangat sering terjadi.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda menghadapi ancaman tersebut, Bapak M menjelaskan:

“Untuk hal ini kita ada *team* yang saling kerjasama untuk mengecek hasil *transferan* sama kita juga ada meminimalisir orang yang COD dengan kita menambah biaya dan juga kadang kita juga bisa minta KTP nya supaya mereka benar-bener *order* dan setidaknya untuk menghindari *return* tersebut.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu dalam prosedur *e-commerce* ini ada hambatan implementasi menggunakan media *e-commerce* bagaimana

pandangan anda terhadap implementasi tersebut, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk ini biasanya hambatannya adalah ketika kita mengajarin orang yang baru *join* ini kita harus benar-benar mengajarinnya sampai dia betul-betul paham dan bisa dengan sendirinya. Dan kendala untuk orang baru ini yaitu cara jawab dan cara melayani terhadap calon konsumen atau konsumen dan juga biasanya cara untuk *packing* dan juga cara orang baru tersebut dalam pengiriman barangnya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda untuk menghindari hambatan implementasi *e-commerce* ini, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk menghindari nya seperti orang *transfer* palsu, orang yang *COD return* itu dengan adanya kerjasama kita dengan *team* yang ada tadi.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu adakah pesaing produk lain yang ingin menyamai *brand* produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini? Jika ada bisa anda jelaskan, Bapak M menjelaskan:

“Kalo setahu saya ada beberapa produk lain yang ingin menyamai *brand* kita kenapa demikian karena mungkin mereka melihat dengan adanya produk kesehatan Tiens Syariah ini omzet dan produk kita bisa bagus dan juga bisa naik maka dari itu mereka ingin menyamai *brand* dari produk kita. Kita ambil contoh saja seperti masker spirulina dan mereka jual juga dibawah harga dan jauh lebih murah dari pada produk kita yang *original* ini.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimanaca cara yang anda lakukan untuk menghadapi para pesaing brand produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak M menjelaskan:

“Dari kualitas produk dan juga dari cara pelayanan kita kepada konsumen. Kita tunjukan khasiat sebenarnya yang ada pada produk kita dan juga kita kasih lihat testimoni-testimoni yang sudah ada.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda untuk menjaga kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen yang telah berlangganan

membeli produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak M menjelaskan:

“Dengan cara kita melakukan pelayanan bukan hanya sekali saja tetapi ketika mereka sudah beli kita tetap bina hubungan dengan konsumen kita kasih *tips-tips* untuk mengkonsumsi produknya dan juga kita bisa menanyakan bagaimana rasanya setelah mengkonsumsi produk kesehatan Tiens Syariah ini dan juga kita bisa jadikan konsumen tersebut menjadi testimoni selanjutnya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu berapa jumlah pelanggan yang telah membeli produk kesehatan Tiens ini dengan anda selama perbulan/pertahun melalui media *e-commerce* ini? Bolehkan saya minta data pelanggan tersebut, Bapak M menjelaskan:

“Alhamdulillah kalo untuk ini kalo di media isntagram dan facebook itu penggemuk badan dan untuk totalnya untu bulan September 2021 ini total ada 15-20 paket produk kesehatan yang terjual.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah apakah ada promo yang anda berikan kepada para pelanggan melalui media *e-commerce* ini? Dalam bentuk apa promonya, Bapak M menjelaskan:

“Kalo untuk promo ini kami menyediakan banyak varain yang terdiri dari biasanya kita *free* ongkir, kita adakan diskon tertentu untuk pelanggan, bisa juga kita adakan *buy 1 get 1* dan juga pastinya di dalam produknya ada *free-free* yang menarik untuk konsumen.”

c. Subjek III⁷⁸

Nama : DS
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Jabatan : *7 Tiens Indoensia

Adapun pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana prosedur yang anda lakukan dalam penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk media facebook ini ada bagian *market place* nya naaa disitu kita menggunakan *market place* dan disitu ada bagian postingnya naaa kita menggunakan di bagian itu. Dan di facebook ini kita menggunakan fyp nya juga.”

Adapun pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja perencanaan yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk perencanaanya kita perbanyak untuk memposting foto-foto produk kesehatannya agar semakin banyak orang yang teratrik ingin membeli produk kesehatan Tiens Syariah ini.”

Selanjutnya pertanyaan ketiga yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja yang menjadi pertimbangan anda dalam melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Karena alasan yang paling utama dari saya karena kita harus mengikuti perkembangan zaman yang ada agar kita tidak ketinggalan akan ilmu-ilmu dari perkembangan zaman ini.”

⁷⁸Wawancara dengan Bapak DS beralamat Jl. Bangas Permai 6 No. 43f Palangka Raya, pada hari Kamis, tgl 23 September 2021, pukul 22:19 WIB

Selanjutnya pertanyaan keempat yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo dari instagram kita harus perbanyak iklan, karena semakin banyak kita beriklan maka semakin banyak juga orang-orang yang berkonsultasi atau bisa juga jangkauan dari toko kita itu semakin banyak dari biasanya dan juga bisa semakin banyak terjual produk yang kita jual ini.”

Kemudian pertanyaan kelima yang diajukan oleh peneliti yaitu dari prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini prosedur apa yang menurut anda sangat penting dan berikan alasannya, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk ini menurut saya dari kita beriklan semakin banyak kita beriklan, semakin banyak juga orang yang berkunjung ke akun atau toko *online* kita, sehingga produk kita juga bisa laris terjual.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apakah ada kendala yang anda hadapi dalam prosedur yang anda lakukan untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk kendala itu sendiri pasti ada.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apa saja kendala tersebut? Tolong anda jelaskan, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk kendalanya salah satunya apabila kita main di instagram, itu iklanya bisa *boncos* sehingga orang yang berkunjung kea kun atau ke toko kita tidak ada karena kita salah memilih iklan atau bisa dibilang kita salah dalam memilih selebgramnya.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu apakah ada hambatan dalam jaringan internet seperti bermasalah dalam jangkuan atau bahkan tidak terekspos nya penjualan anda melalui media *e-commerce* ini, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk hambatan ini pasti ada salah satunya kita ambil contoh seperti gangguan internet indihome kemaren itu berakibatkan bahwa kami tidak bisa memposting dan juga kami tidak bisa mencek apakah ada orderan yang masuk dsb.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana solusi yang anda lakukan untuk menghindari atau meminimalisir hambatan tersebut, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk solusinya kalo dari saya pribadi saya menyarankan untuk mencari tempat bisa seperti café-café yang ada wifinya atau bahkan tempat yang sudah tersedia ada wifi gratisnya. Kalo untuk di café pasti tidak enak apabila tidak mesan malah numpang untuk wifian aja.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu dalam prosedur *e-commerce* ini ancaman apa saja yang anda ketahui, Bapak DS menjelaskan:

“Ancaman yang saya ketahui yaitu penipuan dari segi *transferan* palsu, sama apabila da konsumen yang pesan COD itu kebanyakan hampir semua itu *return*.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda menghadapi ancaman tersebut, Bapak DS menjelaskan:

“Kalo untuk *transferan* ini kita ada *team* untuk pengecekan dananya apakah benar masuk atau tidak, kalo dari facebook itu kita bisa minta data konsumen sesuai dengan data yang asli sehingga dia tidak bisa berniat ingin *return*.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu dalam prosedur *e-commerce* ini ada hambatan implementasi menggunakan media *e-commerce* bagaimana

pandangan anda terhadap implementasi tersebut, Bapak DS menjelaskan:

“Pandangan saya terhadap implementasi ini kalo untuk orang baru kita menyesuaikan dengan kondisinya, kalo untuk orangnya bisa jadi orangnya mals untuk memposting atau bisa juga orangnya tidak konsisten untuk melakukan postingan di media *e-commerce* ini maka dari itu kita bisa mengingatkan dia kembali atau bahkan mengajarkan dia kembali.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda untuk menghindari hambatan implementasi *e-commerce* ini, Bapak DS menjelaskan:

“Salah satunya kita bisa mengingatkan orang tersebut agar bisa lebih konsisten dalam melakukan hal tersebut. Dan bisa juga kita kumpulkan semua orang-orangnya lalu kita bisa posting secara bersamaan jadi tidak sendirian jadi ada rasa kebersamaannya. Kalo sendirian juga kita pasti akan bosan.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu adakah pesaing produk lain yang ingin menyamai *brand* produk kesehatan Tiens Syariah melalui media *e-commerce* ini? Jika ada bisa anda jelaskan, Bapak DS menjelaskan:

“Untuk pesaing *brand* ini ada salah satu contohnya di akun *e-commerce* shopee dimana harganya lebih murah dan miring sekali.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimanaca cara yang anda lakukan untum menghadapi para pesaing *brand* produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak DS menjelaskan:

“Cara saya pribadi yaitu dengan cara memberi kualitas yang lebih bagus dan juga cara pelayanannya kepada konsumen.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu bagaimana cara anda untuk menjaga kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen yang telah berlangganan membeli produk kesehatan Tiens Syariah melalalui media *e-commerce*, Bapak DS menjelaskan:

“Cara saya untuk menjaga kepuasan konsumen dan mempertahankan konsumen yang telah berlangganan membeli

produk kesehatan Tiens Syariah adalah dengan cara kita memperbanyak promosi dan juga dengan cara kita mengadakan diskon-diskon yang sangat menarik sehingga konsumen tergiur untuk membeli.”

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu berapa jumlah pelanggan yang telah membeli produk kesehatan Tiens ini dengan anda selama perbulan/pertahun melalui media *e-commerce* ini? Bolehkan saya minta data pelanggan tersebut, Bapak DS menjelaskan:

“Jumlah pelanggan yang telah membeli produk kesehatan Tiens ini dengan anda selama perbulan/pertahun melalui media *e-commerce* ini \pm 50-100 pelanggan yang telah membeli produk kesehatan Tiens Syariah ini pada bulan September 2021 ini kepada saya. Kalo dengan grup bisa mencapai kisaran \pm 300 an. Kalo ditotal pertahun ini bisa mencapai \pm 1.000 an.”

Selanjutnya pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah apakah ada promo yang anda berikan kepada para pelanggan melalui media *e-commerce* ini? Dalam bentuk apa promonya, Bapak DS menjelaskan:

“Promo yang saya berikan kepada pelanggan bisa berupa promo voucher, diskon, dan juga sama promo yang lagi *booming* ini yaitu promo 9.9 dan juga sekarang akan ada promo 10.10”

d. Informan I⁷⁹

Nama : TH

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : *7 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu jenis produk apa saja yang anda ketahui yang

⁷⁹Wawancara dengan Bapak TH di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari senin, tgl 30 Agustus 2021, pukul 15:59 WIB

ditawarkan oleh perusahaan Tiens Syariah, Bapak TH menjelaskan:

“Kalo produk-produk dari perusahaan Tiens Syariah ini sangat banyak, tapi produk yang saya konsumsi itu adalah spirulina, zinc, dan calcium nutrient powder (Tiens calcium 1).”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apakah produk-produk Tiens Syariah ini halal dan terdaftar di BPOM, Bapak TH menjelaskan:

“Pasti halal, karena saya sendiri sebelum mengkonsumsi saya melakukan pengecekan terlebih dahulu di google apakah produk Tiens ini sudah halal atau belum, dan Alhamdulillah ternyata sudah halal dan juga sudah terdaftar di BPOM.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti bagaimana pandangan anda terhadap produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak TH menjelaskan:

“Sangat bagus karena ini produk kesehatan dan sangat penting untuk manusia karena aset terpenting itu adalah aset kesehatan jadi produk ini sangat bagus.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti apakah anda telah terdaftar menjadi distributor atau anda sebagai konsumen biasa, Bapak TH menjelaskan:

“Dulu saya hanya sekedar menjadi konsumen saja tapi setelah saya menggunakan produk Tiens ini saya tertarik untuk menjadi distributor nya dan saya join nya juga sudah lumayan lama dari tahun 2018 dan sampai sekerang masih aktif.”

e. Informan II⁸⁰

Nama : DDB
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Jabatan : *8 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu jenis produk apa saja yang anda ketahui yang ditawarkan oleh perusahaan Tiens Syariah, Bapak DDB menjelaskan:

“Jenis produknya dari Tiens Syariah ini sangat lumayan banyak, dan disini saya sebutkan beberapa saja diantaranya ada produk pelangsing, produk pemutih, produk penggemuk badan, dan juga ada produk yang bisa digunakan untuk dijadikan masker pada wajah.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apakah produk-produk Tiens Syariah ini halal dan terdaftar di BPOM, Bapak DDB menjelaskan:

“Kalo untuk masalah halal dan juga apakah terdaftar di BPOM ini sudah sangat jelas halal dan juga sudah terdaftar di BPOM jadi ketika kita mengkonsumsi produk dari Tiens Syariah ini di jamin aman dan tidak ada keraguan karena produknya sudah jelas halal dan juga sudah BPOM.”

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana pandangan anda terhadap terhadap produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak DDB menjelaskan:

“Pandangan saya terhadap produk Tiens Syariah ini dalam segi kualitas nya sudah pasti sangat bagus sekali karena saya sendiri juga sudah membuktikan dan mengkonsumsi produk-produknya dan kalo dari segi bisnis, ini sangat bagus juga karena kalo dalam segi bisnis Tiens ini sangat adil dan tidak memandang dengan sebelah mata saja dimana dalam segi

⁸⁰Wawancara dengan Bapak DDB di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari Kamis, tgl 09 September 2021, pukul 16:00 WIB

bisnis juga banyak *reward-reward* yang bisa kami kejar dan untuk kami dapatkan.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti apakah anda telah terdaftar menjadi distributor atau anda sebagai konsumen biasa, Bapak DDB menjelaskan:

“Alhamdulillah saya sudah terdaftar sebagai distributor karena saya juga sekaligus mengkonsumsi produknya dan juga sambil menjalankan bisnisnya.”

f. Informan III⁸¹

Nama : TR
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Jabatan : *7 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu jenis produk apa saja yang anda ketahui yang ditawarkan oleh perusahaan Tiens Syariah, Bapak TR menjelaskan:

“Kalo untuk produk yang ditawarkan pada sat itu kepada saya hanya satu berawal dari spirulina, tapi kalo untuk jenis-jenis produknya sangat banyak sekali.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apakah produk-produk Tiens Syariah ini halal dan terdaftar di BPOM, Bapak TR menjelaskan:

“Produk ini sudah terdaftar di BPOM dan yang pasti nya juga sudah halal dan juga Tiens Syariah ini sudah mendapatkan sertifikat-sertifikat yang lainnya salah satunya APLI.”

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana pandangan anda terhadap terhadap produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak TR menjelaskan:

⁸¹Wawancara dengan Bapak TR di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari Jum’at, tgl 17 September 2021, pukul 08:45 WIB

“Pandangan saya terhadap produk Tiens ini sangat bagus sekali dan khasiatnya juga sangat terasa sekali dimana diluaran sana sangat banyak produk-produk dengan merek beraneka ragam, tetapi produk Tiens ini bahan-bahannya sangat alami dan beda dengan obat-obat yang ada diluaran sana. ”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti apakah anda telah terdaftar menjadi distributor atau anda sebagai konsumen biasa, Bapak TR menjelaskan:

“Alhamdulillah saya sudah menjadi distributor resmi dari Tiens Syariah ini sendiri sejak awal saya dikenalkan produknya saya langsung join bergabung sebagai distributor.”

g. Informan IV⁸²

Nama : DW

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : *8 Tiens Indonesia

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu jenis produk apa saja yang anda ketahui yang ditawarkan oleh perusahaan Tiens Syariah, Bapak DW menjelaskan:

“Untuk awal saya ditawarkan itu saya hanya mengetahui salah satu produknya yang bernama spirulina. Tapi sebenarnya produknya sangat banyak tapi yang paling *familier* pada waktu itu adalah masker spirulina.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti yaitu menurut anda apakah produk-produk Tiens Syariah ini halal dan terdaftar di BPOM, Bapak DW menjelaskan:

“Untuk produknya alhamdulillah sudah pasti halal dan juga sudah terdaftar di BPOM dan juga sertifikatnya sudah sangat lengkap.”

⁸²Wawancara dengan Bapak DW di kediaman rumah saya yang beralamat Jl. Mahir Mahar Perumahan Gren Borneo Residence Palangka Raya, pada hari Jum'at, tgl 17 September 2021, pukul 08:39 WIB

Pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana pandangan anda terhadap terhadap produk kesehatan Tiens Syariah ini, Bapak DWmenjelaskan:

“Kalo pandangan saya terhadap produk ini sangat luar biasa karena penyakit yang menurut medis kesehatan yang misalkan harus dibawa kerumah sakit dan dirawat atau bahkan dioperasi sekalipun bisa sembuh dengan mengkonsumsi produk herbal Tiens Syariah ini.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti apakah anda telah terdaftar menjadi distributor atau anda sebagai konsumen biasa, Bapak DW menjelaskan:

“Kalo untuk awalnya itu saya hanya sebagai konsumen biasa tetapi setelah saya benar-benar merasakan khasiat dari produk tersebut maka saya memutuskan untuk join sebagai distributor resmi Tiens Syariah.”

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa prosedur *E-commerce* dalam meningkatkan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya sangat memenuhi kriteria dan mengikuti prosedur yang telah di terapkan oleh perusahaan Tiens Syariah dan prosedur yang digunakan dalam setiap jaringan berbeda-beda tergantung dengan kesepakatan yang telah dibuat dan dijanjikan dengan setiap *upline* atau orang yang merekrut kita untuk bergabung dengan pemasaran berjenjang, serta orang yang mengajak kita bergabung dalam bisnis jaringan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga orang subjek dan empat orang informan tersebut di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya adalah

dengan adanya media *e-commerce* ini sangat membantu kami dan juga terutama peneliti di dalam penjualan produk kesehatan ini dan juga bisa membantu kami dan peneliti untuk memperbanyak *omzet* dan juga bonus penjualan yang bisa didapatkan dan sangat berbanding terbalik dengan apabila peneliti dan jaringan menjalankan secara *offline* jadi peneliti sangat setuju dan sangat mengikuti dengan adanya perkembangan zaman ini dimana secara tidak langsung dengan perkembangan zaman ini juga kita dipaksakan untuk bisa dan memahami tentang teknologi yang sudah mulai canggih di bandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Selain itu, peneliti juga melakukan observasi guna memperkuat hasil penelitian. Observasi dilakukan selama rentang waktu penelitian berlangsung di Kota Palangka Raya. Observasi yang peneliti dapatkan yaitu berdasarkan hasil pengamatan peneliti, dalam pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya ini sudah sangat membantu untuk memperbaiki kondisi penjualan produk yang mereka jalani dan menurut peneliti dengan adanya media *e-commerce* ini membawa dampak yang positif dan ada juga dampak negative nya dari pandangan peneliti. Dimana kalo dampak positifnya yaitu:

1. Dengan adanya *e-commerce* ini bisa meningkatkan pendapatan dengan menggunakan *online channel* yang

mana biayanya jauh lebih murah ketimbang kita berjualan secara *offline*;

2. Dengan adanya *e-commerce* ini bisa mengurangi biaya-biaya yang bisa berhubungan entah itu bisa dengan kertas, misalkan seperti biaya pos surat, berupa pencetakan report, dsb;
3. Dengan adanya *e-commerce* ini bisa mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik atau pembayaran yang tepat waktu dan juga bisa langsung kita cek;
4. Dengan adanya *e-commerce* ini bisa mempercepat pelayanan kita kepada pelanggan dan pelayanan lebih responsif
5. Dengan adanya *e-commerce* ini mampu melebarkan jangkauan;
6. Dengan adanya *e-commerce* ini mamou memperpendek waktu produksi;
7. Dengan adanya *e-commerce* ini mampu meningkatkan mata rantai pendapatan; dan
8. Dengan adanya *e-commerce* ini mampu meningkatkan *supplier management*.

Adapun kalo untuk negatifnya menurut peneliti adalah:

1. Kita bisa kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Dimana peneliti ambil contoh misalkan seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau juga dia telah mengganti semua data finansial yang telah ada;

2. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Peneliti ambil contoh misalkan seorang *hacker* yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan;

3. Kerugian yang tidak kita duga dimana bisa disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, dan bisa juga kesalahan faktor dari kesalahan sistem elektronik;

4. Kehilangan kepercayaan dari konsumen, karena bisa disebabkan salah satunya adalah berbagai macam factor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan kami ini yaitu Tiens Syariah. dsb

Kemudian, peneliti juga melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dilakukan selama rentang waktu penelitian berlangsung. Dokumentasi yang peneliti dapatkan yaitu berupa foto wawancara dengan subjek dan informan dan dimana peneliti berpendapat bahwa dokumentasi ini juga sangat

penting untuk menjamin keutuhan dan keotentikan suatu informasi dan data yang tercangkup dalam skripsi peneliti ini.

C. Analisa Data

Pada bagian ini, penulis akan membicarakan analisis data dari hasil penyajian data peneliti (yang dikemukakan di atas) dimana pada peneliti kali ini menggunakan metode kualitatif untuk menjawab rumusan masalah.

1. Pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah dengan *E-commerce* & sebelum menggunakan *E-commerce* di Kota Palangka Raya

Berdasarkan hasil penelitian observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *E-commerce* & sebelum menggunakan *E-commerce* di Kota Palangka Raya diketahui bahwa secara keseluruhan kami merasakan sangat banyak perubahan melalui *e-commerce* dibandingkan sebelum menggunakan media *e-commerce*.

Berdasarkan hasil penelitian peneliti diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *E-commerce* di Kota Palangka Raya ini sangat berubah drastis baik dari segi penjualan produk kesehatan ataupun dari segi *omzet* dan juga dari penghasilan bonus. Dimana faktor lain juga

menurut peneliti selain kita harus beradaptasi dengan adanya perkembangan zaman, karena apabila kita ketinggalan atau bisa dibilang gptek dalam teknologi, maka kita akan ketinggalan tentang

informasi-informasi yang ada di media *online* atau sejenisnya. Sebenarnya dengan adanya media sosial atau media *online* dan juga alat-alat komunikasi ini dan juga zaman dan teknologi telah merubah pola dan sistem kehidupan social masyarakat modern. Dimana teknologi yang mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan secara eksplisit ini memberikan dampak yang sangat besar terhadap kehidupan social manusia masa kini.

Bersadarkan hasil penelitian, maka peneliti menyimpulkan bahwa dengan adanya kami menambahkan metode penjualan secara *online* ini maka untuk penambahan distributor baru juga meningkat. Hal itu dikarenakan kebanyakan jaringan kami berisikan orang yang masih berusia muda, sehingga mudah tertarik untuk bergabung dan menjalankan bisnisnya diawali dengan berjualan *online*. Hal tersebut juga didukung oleh INH yang mengatakan bahwa alasan saya beranjak dari penjualan secara *offline* & memilih untuk menggunakan *e-commerce* karena yang pasti harus beradaptasi dengan teknologi yang berkembang, dimana kalo kita berharap dengan penjualan *offline* itu memiliki pasar-pasar yang terbatas. Tapi dengan adanya media *e-commerce*, itu bisa memperluas pasar-pasar baik di Indonesia maupun sampai ke luar negeri.

Dan pendapat INH yang lain adalah dia mengatakan bahwa penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini melalui media *e-commerce* ini sangat penting, karena dengan adanya media *e-*

commerce lagi-lagi bisa memperbesar target marketnya, yang awalnya mungkin lingkup daerah nya tapi ini bisa menjangkau luar daerah dengan media *e-commerce*.

Dimana dalam melakukan penjualan secara *online* ini memiliki karakteristik yang hampir sering kita terapkan yaitu diantaranya adalah:

a. Transaksi Tanpa Batas

Sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin *Go International*. Sehingga hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Dewasa ini dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan produknya secara internasional cukup dengan hanya cukup hanya dengan membuat situs web waktu 24 jamm dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara *online*.

b. Transaksi Anonim

Para penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertemu muka satu sama lainnya. Penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh

penyedia sistem pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit.

c. Produk Digital dan Non Digital

Produk-produk digital seperti *software*, *computer*, *music*, dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara *download* secara elektronik. Dalam perkembangannya objek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup lainnya.

d. Produk Barang Tidak Berwujud

Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang *E-commerce* dengan menawarkan barang tidak berwujud seperti data, *software*, dan ide-ide yang dijual melalui internet. Dari karakteristik di atas kita tahu bahwa *E-commerce* merupakan jual beli dalam dunia maya. Maka dari itu kejujuran dalam bisnis ini merupakan sebuah nilai yang terpenting. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Dalam sebuah hadits dikatakan yang mana artinya:

“Pedagang yang jujur berada beserta para siddiqin (orang-orang yang jujur) dan para syuhada”. (HR. Al-Tirmidzi). Dari hadits tersebut bahwa pedagang yang

berlaku jujur akan bersama orang-orang yang jujur dan orang-orang yang mati syahid. Dan kejujuran tersebut akan membawa keberkahan bagi pedagang dan pembeli.

2. Bagaimana prosedur penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya

Untuk prosedur *E-commerce* dalam bisnis untuk meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini kami sebelum menggunakan media *e-commerce* ini kami bisa bisa arahkan terlebih dahulu para distributor untuk menggunakan instagram dan juga menggunakan whatsapp sebelum menggunakan toko *online* misalkan seperti shopee, toko pedia, bukalapak, lazada, OLX, JD.ID, dsb. Jadi pada inintinya ketika orang itu join (baru bergabung), untuk prosedur atau langkah-langkah agar orang tersebut diawal memiliki *E-commerce* adalah pemilihan aplikasi. Biasanya juga kami diawal, itu kami bagi dua yaitu: apakah mau berjualan di facebook atau jualan di instagram. Setelah dua itu dia pilih, misal dia memilih menggunakan facebook, maka kita akan membuat akunnya dan lain-lainnya.

Prosedur yang pertama yaitu: intinya pemilihan aplikasi yang digunakan itu adalah facebook. Facebook, Instagram, terus masuk ke shopee dan juga masuk ke *market place* yang lain. Tetapi biasanya WA itu tempat *chatting*, dan shopee itu tempat dia beli karena shopee itu Rekber (Rekening Bersama).

Terus prosedur yang kedua adalah pembuatan platform. Jadi biasanya kami misalkan memilih untuk menggunakan aplikasi facebook ataupun instagram, itu bukan menggunakan facebook ataupun shopee pribadi tetapi kami menggunakan atau kami membuat akun baru lagi. Tahapan awalnya adalah pembuatan Gmail, terus selanjutnya masuk seperti biasa untuk membuat akun dan namanya juga bukan nama pribadi tetapi nama toko yang misalnya adalah “Rumah Sehat” ini adalah nama contohnya jadi bukan menggunakan nama pribadi.

Terus prosedur yang ketiga setelah kami selesai membuat akun, maka kami akan mengajarkan mereka tentang bagaimana cara mereka berjualannya. Mulai dari misalkan dari facebook, sama halnya dari instagram sama membuat konten atau kita mengedit foto untuk di posting. Terus, kami ajarkan juga bagaimana caranya memposting yang benar dan lain-lainnya.

Selanjutnya yang keempat, kami juga akan menentukan target pasar, dimana target pasar ini akan menentukan produk apa saja yang akan dijual. Dan kami contohkan misalkan untuk akun facebook, ini misal produk pemutih, maka kami cari di google trend, maka setelah itu disitu akan muncul kota atau daerah mana yang paling sering mencari pemutih. Dimana intinya market pasarnya ini akan kami tentukan secara berkala menggunakan aplikasi google trend.

Dan kelima adalah servis, dimana dalam artian bagaimana kami ajarkan orang tersebut tanya jawab dengan konsumen. Dan kami juga sudah menyediakan auto teks nya, jadi di dalam auto teks itu sudah lengkap tanya jawabnya dan ketika tanya jawab itu untuk kami menambahkan rasa kepercayaan kepada konsumen untuk membeli adalah kami memberikan testimoni-testimoni untuk menambah rasa kepercayaan tadi kepada konsumen. Setelah selesai sesi tanya jawab, kami biasanya mengirimkan format orderan yang dimana didalamnya berisikan: nama, alamat, no. handphone, seperti pada umumnya dan juga rekening kami. Ketika orang sudah ngisi, ketika dia tidak bias langsung transfer langsung karena kurang percaya, maka dia bisa membeli melalui akun shopee, karena akun shopee adalah akun ReKber (Rekening Bersama).

Setelah dikirim format ordernya lengkap, atau dia sudah langsung mengisi di shopee maka kami akan mengirim kepada admin *packing*. Dimana kami juga mempunyai admin *packing*, dimana admin *packing* ini yang akan mengirim kepada kurir.

Disini juga kami memperhatikan proses dan indikator yang harus kami terapkan dan juga menjadi patokan kami dalam menggunakan media *e-commerce* yang mana proses dalam bisnis dan indikatornya terdiri dari:

Disini juga kami memperhatikan indikator yang harus kami terapkan dan juga menjadi patokan kami dalam menggunakan media

e-commerce yang mana proses dalam dunia bisnis dan indikatornya terdiri dari:

- Proses dalam dunia bisnis terdiri dari:

1. Pengendalian akses dan keamanan

Situs *e-commerce* harus memberikan rasa percaya dan akses yang aman untuk berbagai pihak dalam transaksi *e-commerce*, misalkan dengan adanya kata kunci (password), kunci enkripsi, sertifikasi, atau tanda tangan digital. Kemudian ada otorisasi akses yang hanya ke bagian tertentu saja sehingga hanya para pelanggan yang terdaftar saja yang dapat mengakses informasi dan aplikasi yang ada.

2. Membuat profil dan personalisasi

Proses pembuatan profil dan personalisasi menggunakan alat pembuat profil seperti pendaftaran, file cookie, software penelusur perilaku dalam situs web dan respon pemakai. Profil ini digunakan untuk mengenali kita sebagai pemakai individual, memberikan tampilan personalisasi, saran atas produk dan iklan web. Tujuan proses pembuatan profile ini untuk tujuan manajemen rekening, pembayaran, mengumpulkan data mengenai manajemen hubungan pelanggan, perencanaan pemasaran, dan untuk manajemen situs web itu sendiri.

3. Manajemen pencarian

Software *e-commerce* harus meliputi komponen mesin pencari situs web untuk dapat membantu para pelanggannya dalam menemukan produk dan jasa

tertentu yang mereka inginkan untuk dievaluasi atau dibeli.

4. Manajemen isi dan katalog

Isi *e-commerce* sebagian besar berbentuk katalog multimedia yang memuat informasi produk sehingga membuat dan mengelola katalog merupakan rangkaian utama dari manajemen isi. Software manajemen isi tersebut bekerja dengan alat pembuat profile yang sudah disebutkan sebelumnya. Software manajemen isi akan membantu perusahaan *e-commerce* untuk mengembangkan, menghasilkan, mengirimkan, memperbaharui, dan menyimpan data teks serta informasi multimedia di situs web *e-commerce*.

5. Manajemen arus kerja

Sistem arus kerja *e-business* digunakan untuk membantu para karyawan secara elektronik bekerja sama untuk menyelesaikan tugas pekerjaan dengan menggunakan mesin software arus kerja workflow software engine). Sistem ini memastikan bahwa transaksi, keputusan, dan aktivitas kerja yang tepat dilakukan, serta data dan dokumen yang benar telah dikirimkan ke para karyawan, pelanggan, pemasok, dan pihak stakeholder.

6. Pemberitahuan kegiatan

Proses pemberitahuan kegiatan (event notification) memainkan peranan penting dalam sistem *e-commerce* karena sistem ini digunakan untuk memonitor semua proses *e-commerce* dan mencatat semua kegiatan yang relevan, termasuk perubahan

mendadak atau ketika dalam masalah. Sistem ini akan memberitahukan kepada para pelanggan, pemasok, dan pegawai serta stakeholder mengenai semua kegiatan transaksi yang berkaitan dengan status mereka dengan melalui pesan elektronik seperti e-mail, newsgroup, penyeranta (pager), atau fax.

7. Kerjasama dan perdagangan

Tujuan utama *e-commerce* adalah untuk mendukung kesepakatan kerjasama dan layanan perdagangan yang dibutuhkan oleh para pelanggan, pemasok, dan stakeholder lainnya. Seperti halnya dalam e-business, sistem *e-commerce* juga fokus menumbuhkan komunitas berkepentingan online untuk meningkatkan layanan pelanggan dan membangun loyalitasnya.

8. Proses pembayaran elektronik

Pembayaran sebagai proses nyata dan penting dalam transaksi *e-commerce*. Sekarang ini sebagian besar sistem *e-commerce* yang terlibat dalam web dan bisnis B2C menggunakan proses pembayarannya dengan kartu kredit.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa prosedur *E-commerce* dalam meningkatkan produk kesehatan Tiens Syariah merupakan suatu tindakan yang dapat dilakukan dalam kegiatan bisnis. Prosedur yang dilakukan juga tidak menyalahi aturan atau ketentuan yang telah ada. Kemudian, dalam meningkatkan produk kesehatan Tiens Syariah ini dapat berpedoman dengan kita menerapkan karakteristik *e-commerce*

dimana karakteristik tersebut adalah transaksi tanpa batas, transaksi anonim, produk digital dan non digital, dan produk barang tidak berwujud. Jadi diharapkan kegiatan prosedur *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah ini dapat dilakukan dengan keadaan yang sangat wajar dan sesuai dengan aturan atau prosedur yang telah ada yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah.

Hal tersebut juga didukung oleh INH yang mengatakan bahwa prosedur mereka biasanya tidak langsung untuk berjualan di *e-commerce*, tapi mereka biasanya bisa melalui media-media yang lain dulu seperti instagram, kemudian baru nanti mereka arahkan konsumen ke *e-commerce* dan kemudian di *e-commerce* tersebut mereka akan memilih produk yang ingin dibeli dan biasanya kami arahkan lagi ke whatsapp untuk kami masukan ke dalam *database*. Dan juga M yang mengatakn bahwa kalo untuk prosedur yang mereka gunakan mereka bisa menggunakan salah satu media *e-commerce* kita ambil misalkan contoh facebook, untuk ini prosedur awalnya kita bisa membuka dulu akun facebook yang sudah ada *market place* nya lalu biasanya juga kiat sudah ada akun yang lama, dan kita juga sudah punya foto yang sudah kita siapkan biasanya dari 10-20 foto setelah itu baru kita posting di akun penjualan tersebut. Pendapat lain juga DS mengatakan bahwa kalo untuk media

facebook ini ada bagian *market place* nya disitu kita menggunakan *market place* dan disitu ada bagian postingan lalu kita bisa menggunakan bagian *market place* nya dan di facebook ini kita bisa menggunakan fyp nya juga.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *e-commerce* dan sebelum menggunakan *e-commerce* di Kota Palangka Raya, maka peneliti menyimpulkan bahwa penjualan produk kesehatan Tiens Syariah melalui *e-commerce* ini sangat berubah drastic baik dari segi penjualan produk kesehatan ataupun dari segi *omzet* dan juga penghasilan bonus. Dimana faktor lain juga menurut peneliti selain kita harus beradaptasi dengan adanya perkembangan zaman, karena apabila kita ketinggalan atau bisa dibidang *gaptek* dalam teknologi, maka kita akan ketinggalan tentang informasi-informasi yang ada di media *online* atau sejenisnya. Sebenarnya dengan adanya media sosial atau media *online* dan juga alat-alat komunikasi ini dan juga zaman dan teknologi telah merubah pola dan sistem kehidupan sosial masyarakat modern. Dimana teknologi yang mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan secara eksplisit ini memberikan dampak yang sangat besar terhadap kehidupan social manusia masa kini. Dan kami dalam mengaplikasikan media *E-commerce* ini mengikuti standar

teknologi *E-commerce* yang ada.

2. Dalam prosedur penjualan produk kesehatan Tiens Syariah di Kota Palangka Raya ini kami menggunakan media *e-commerce* dan kami juga mengarahkan kepada distributor untuk menggunakan instagram dan juga menggunakan whatsapp sebelum menggunakan toko *online* misalkan seperti shopee, toko pedia, bukalapak, lazada, OLX, JD.ID, dsb. Jadi pada intinya ketika orang join, untuk prosedur atau langkah-langkah agar orang tersebut diawal memiliki *e-commerce* adalah pemilihan aplikasi yang ingin mereka gunakan untuk berjualan. Dimana prosedur pertama, yaitu pemilihan aplikasi yang dapat kami gunakan, misalnya salah satunya adalah Facebook dst; Prosedur kedua adalah pembauatn platform; Prosedur ketiga setelah membuat akun, maka kami akan mengajarkan mereka tentang bagaimana cara mereka berjualannya; prosedur keempat kami juga akan menentukan target pasar dimana target pasar ini akan menentukan produk apa yang akan dijual; dan kelima adalah servis dimana dalam artian bagaimana kami ajarkan orang tersebut Tanya jawab dengan konsumen.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan informasi dan hasil penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

1. Bagi para agen Tiens Syariah agar dapat memberikan informasi yang akurat terkait produk yang dipasarkan guna memberikan pemahaman yang baik kepada calon konsumen dan menghindari tanggapan yang negatif serta kesalahpahaman antara agen dan konsumen.
2. Bagi konsumen agar dapat memilah-milih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan juga produk yang baik, aman, serta teruji oleh lembaga yang berwenang dalam hal hukum produk yang berlaku. Dan jika merasa keberatan bisa memberikan komplain serta saran yang baik.
3. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam meneliti hal terkait atau memperdalam substansi penelitian dengan melihat dari sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Affifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:CV Pustaka Setia, 2009.
- Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Affifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:CV Pustaka Setia, 2009.
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Budi Sutedjo, *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial dan Strategi*, Yogyakarta:ANDI Yogyakarta, 2001.
- Candra Ahmadi, *E-Bussines & E-commerce*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: Kumudasmoro, 1994.
- FORDEBI, ADEASy , *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri konsep, Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Feri Sulianta, *Smart Online Marketer*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2012.
- Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran startegi*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008.
- Faisal Afiff, *Teknik Penjualan*, Bandung: Angkasa, 1990.
- Husaini Usman dan Purwanto Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Social*, Bandung : Pt Bumi Aksara, 1995.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamallah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 2017.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Irmawati, Dewi. *Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis*, Jurnal Staf Pengajar Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya.

James Timoty, *Membangun Bisnis Online*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.

Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

M.Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi:Yogyakarta, 2003.

Manahati Zebua, *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Mardani, *Hukum Bisnis Islam*, Jakarta: Prenadia Group, 2014.

Mustafa kemal Rokan, *Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw dalam berbisnis*, Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2013.

Nuryani, *E-commerce dalam berita pajak No. 1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001*.

Nufransa Wira, Sakti. *Perpajakan Dalam E-commerce, Belajar dari Jepang*. Dalam Berita Pajak No. 1443/tahun XXXIII/15 Mei 2001.

Politwika, *99 Langkah Sukses Berbisnis E-commerce*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017.

Sugiyono, *Pemahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabet, 2010.

Sabian Utsman, *Dasar-dasar Sosiologi Hukum*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Sudaryono, *Pengantar Bisnis teori dan Contoh Kasus*, Yogyakarta: ANDI, 2015.

Spica Amalia, Luciana. *Penerapan E-commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan*, STIE Perbanas, Surabaya, tth.

Wibowo, Edwin Agung, *Pemanfaatan Teknoligi E-commerce Dalam Proses Bisnis*, t.dt.

Wahana Komputer, *Membuat Toko Online dengan Wordpress atau WP E-commerce*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2015.

Wahana Komputer, *Android For Online Business*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013.

B. Jurnal

Adeler, Thomas, "*Electronic Commerce and Implications for Market Structure: The Example of the Art and Antiques Trade*" *Journal of Computer Mediated Communication*, No. 5, Vol. 3, 2000.

Astri Damayanti, *Strategi Iklan Online (Studi iklan shopee di media sosial)*, diakses pada tanggal 28 Juni 2021.

Cherly D.T. Wahyuningsuara, dkk, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pengguna dalam Transaksi Online Shop Pada Shopee, No. 9, Vol. 2, 2018.

Retno Dyah Pekerti, dkk, Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syaf'I, No. 2, Vol. 20, 2018.

M.Husaini, *Bisnis E-commerce dalam Perpektif Islam, Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Komunitas*, Vol. 2, No. 3, 2017.

Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, No. 1, Vol. 3, 2017.

Suhardiman Izin, *Tijauan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Tiens Syariah, Tesis*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018.

Nur Laili Rosyidah, *Penerapan Multi Level Marketing pada perusahaan Tiens Internasional beserta permasalahan dan solusinya (Studi pada stokes 670, Jl. Joyo Raharjo No. 281, Malang)*, Skripsi, Malang: Universitas Malang, 2015.

C. Internet

<http://e-journal.uajy.ac.id/2332/3/2TA10360.pdf>

<https://renytienshi.blogspot.com/p/filosofi.html?m=1>