

PANDANGAN EKONOMI ISLAM DALAM JUAL BELI ONLINE PADA GENERASI MILENIAL

Putri Leli Noviana^{1*}, Nanda Amelia², Nurnira Khalifah³, Pepen Sution⁴, Sekhruri⁵
^{1,2,3,4,5}STEI Al-Amar Subang, putrilelinoviana@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi dengan maraknya situs-situs atau platform-platform jual-beli online tentunya menarik perhatian bagi para pengguna sosial media, terlebih kalangan milenial. Melihat hal tersebut tentunya menjadi tanda tanya besar bagi kita semua, tujuan utama mengapa mayoritas konsumen lebih memilih untuk membeli online. Lantas apa sebenarnya hal mendasar yang membuat para konsumen lebih memilih untuk membeli secara online di beberapa platform-platform jual-beli online dan apakah jual-beli secara online diperbolehkan dalam sudut pandang ekonomi islam. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan ekonomi islam dalam jual beli online pada generasi milenial. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, teknik dalam pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara, observasi dan data dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas belanja dan jual beli online yang didorong oleh pertumbuhan perusahaan e-commerce di tanah air telah meningkatkan jumlah pembeli melalui platform ini. Salah satu situs kode diskon belanja online di Indonesia memprediksi jumlah pembeli online akan meningkat signifikan tahun ini. Pada pandangan Islam bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, larangan cara jual beli yang dholim/tidak amanah, dan harus jual beli menurut ajaran islam.

Kata Kunci: Ekonomi Islam; Jual Beli Online; Generasi Milenial.

Abstract: This research is motivated by the rise of online buying and selling sites or platforms which have certainly attracted the attention of social media users, especially millennials. Seeing this is certainly a big question mark for all of us, the main reason why the majority of consumers prefer to buy online. So what are the basic things that make consumers prefer to buy online on several online buying and selling platforms and is online buying and selling permitted from an Islamic economic point of view? Apart from that, this research aims to determine the view of Islamic economics in online buying and selling among the millennial generation. This research is qualitative descriptive research, data collection techniques are carried out through the process of interviews, observation and documentation data. The results of this research show that online shopping and buying and selling activities driven by the growth of e-commerce companies in the country have increased the number of buyers through this platform. One online shopping discount code site in Indonesia predicts the number of online buyers will increase significantly this year. In the Islamic view, Allah permits buying and selling and forbids usury, prohibits untrustworthy/untrustworthy methods of buying and selling, and buying and selling must be done according to Islamic teachings.

Keywords: Islamic Economics; Online Buying and Selling; Millennial Generation.

Article History:

Received: 05-05-2023
Revised : 07-06-2023
Accepted: 09-08-2023
Online : 25-09-2023

A. PENDAHULUAN

Perkembangan internet saat ini semakin berkembang dan menjangkau ke berbagai kalangan. Online shop yaitu jual beli yang di lakukan dua pihak dengan bantuan koneksi internet, sehingga antara penjual dan pembeli bias melihat barang dagangan yang di jual maupun yang dibeli. Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) No 08 Tahun 1999 menjamin jual beli baik yang dilakukan secara tradisional maupun secara digital sangat penting dalam perlindungan hak-hak konsumen dan terhindar dari kejahatan atau tindak kriminal (Adi, 2021).

Di dalam Undang-undang perlindungan konsumen tersebut disebutkan yaitu: 1) pasal 1 ayat 2 bahwa Konsumen bisa diri sendiri (pribadi) atau pihak yang ditentukan oleh Undang-Undang dalam ketersediaan barang dan jasa yang diperjual-belikan, serta 2) pasal 1 ayat 1 menyediakan system perlindungan konsumen yang dapat menjamin keberadaannya (Athik Hidayatul Ummah, 2021).

Transaksi antar pihak di lindungi undang-undang. Jual beli online memudahkan penjual dan pembeli jika terkendala jarak misalnya dari satu kota dengan kota yang lain, dari satu pulau dengan pulau yang lain, dari satu negara dengan negara yang lain. Karena jual beli online tidak hanya untuk di Indonesia atau dalam negeri saja, tetapi juga antar negara. Sehingga teknologi sangat berperan penting dalam kegiatan jual beli online (Berlian, 2023).

Belanja online dilakukan dengan dua cara, yang pertama adalah melalui social commerce dan kedua melalui e-commerce. Pemasaran social mencakup belanja online seperti facebook, Instagram, whatsapp, twitter. Dalam bisnis sosial, konsumen perlu membuat akun yang disediakan secara gratis. Mereka hanya perlu melihat apa yang mereka inginkan dari akun yang sama atau pemasok yang mereka inginkan, tetapi sisi negative nya adalah tidak ada transfer pembayaran dan pengiriman. Perdagangan elektronik adalah proses pembelian barang atau jasa melalui sistem informasi dengan menggunakan teknologi internet. Pasar e-commerce jenis ini adalah tempat konsumen dapat membuat akun dan memilih berbagai jenis produk yang di tawarkan. Merek e-commerce di Indonesia antara lain Tokopedia.com, bukalapak.com, shopee, dll.

Toko online yang paling popular di kalangan milenial adalah shopee dan Bukalapak karena menawarkan promo dan berbagai produk yang lebih murah dibandingkan toko online lainnya. Mereka sering menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, pakaian, dan kebutuhan pokok lainnya. Meskipun minat Milenial cukup tinggi dalam membeli barang secara online, namun pesanan

yang tidak sesuai harapan dan respon dari penjual online menjadi masalah yang perlu dibenahi.

Hani Putriani dalam (Febrianty, 2020) bahwa manusia pada dasarnya membutuhkan konsumsi untuk bertahan hidup dimana semakin tinggi kebutuhan, konsumsi juga akan bertambah. Konsumsi setiap orang dapat berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pendapatan. Pendapatan yang berbeda-beda merupakan penentu utama konsumsi. Bahkan beberapa orang yang memiliki pendapatan yang sama, konsumsinya dapat berbeda.

Saat ini perubahan gaya hidup yang konsumtif sangat terlihat pada generasi modern atau yang biasa disebut dengan generasi milenial (*Millennial Generation*), generasi milenial merupakan generasi modern yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segela sendi-sendi kehidupan. Generasi milenial atau yang disebut dengan generasi Y ini lahir tahun 1980 sampai 2000. Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia sekitar 15-34 tahun. Kisaran usia tersebut sesuai dengan rata-rata usia mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yaitu sekitar 19-34 tahun (Hidayatullah dkk, 2018).

Penyebab mahasiswa melakukan pembelian melalui toko online bukan hanya dari pengaruh iklan-iklan yang ditawarkan di toko online, namun bisa juga dari pengaruh lingkungan sekitar, seperti lingkungan pertemanan. Untuk menjaga eksistensi kelompok pertemanannya, mahasiswa diharuskan untuk menggunakan produk yang sama dengan teman-temannya yang lain. Penyebab lain yang mendorong mahasiswa untuk belanja online adalah hanya karena mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk-produk baru yang ditawarkan dari toko-toko online sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut (Anggraeni, 2016).

Aktivitas belanja dan jual beli online yang di dorong oleh pertumbuhan perusahaan e-commerce ditanah air telah meningkatkan jumlah pembeli melalui platform ini. Salah satu situs kode diskon belanja online di Indonesia memprediksi jumlah pembeli online akan meningkat signifikan tahun ini (Labetubun, 2021).

Jumlah toko online di Indonesia meningkat secara bertahap dalam beberapa tahun terakhir (Arifudin, 2021). Berdasarkan data yang ada pada tahun 2018, jumlah toko online diperkirakan mencapai 11,9% dari total populasi di Indonesia. Pada tahun 2016, jumlah pembeli online mencapai 9,6% dari jumlah penduduk dan meningkat dari 10,7% pada tahun 2012. Persentase ini diperoleh dengan membagi jumlah penduduk dengan penduduk yang

melakukan bisnis online di Indonesia setiap tahunnya. Peningkatan jumlah pembeli online ini dipicu oleh pasar e-commerce Indonesia.

Dalam surat Al-Qur'an Al Baqoroh ayat 275, Allah menegaskan bahwa: "... Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...". Yang menarik dalam ayat ini adalah larangan cara jual beli yang benar, jika dilakukan dengan benar menurut ajaran Islam. Dalil diatas menjelaskan tentang jual-beli secara offline. Namun secara umum dapat diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online.

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia yang meliputi pengembangan industri produk halal, pengembangan industri keuangan syariah, pengembangan dana sosial syariah, serta pengembangan dan perluasan kegiatan usaha syariah, tentu kehadiran teknologi digital menjadi sarana utama untuk pengembangan ekonomi syariah. Inovasi berbasis teknologi digital dan perluasan pangsa pasar ekonomi syariah yang terdigitalisasi dengan layanan produk-produk ekonomi syariah. Jika hal ini terealisasi maka akan memberikan kemudahan akses bagi masyarakat terutama kalangan milenial sehingga mempercepat pengembangan ekonomi syariah.

Hal ini sangat penting untuk diteliti lebih lanjut dengan judul pandangan ekonomi Islam dalam jual beli online pada generasi milenial.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis dan mendeskripsikan pandangan ekonomi Islam dalam jual beli online pada generasi milenial. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode deskriptif analisis. Menurut (Haris, 2023) bahwa deskriptif analisis adalah penelaahan secara empiris yang menyelidiki suatu gejala atau fenomena khusus dalam latar kehidupan nyata. Hasil penelitian ini dikumpulkan dengan data primer dan data sekunder.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Arifudin, 2023) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Rahayu, 2020) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*). Menurut (Hoerudin, 2023) bahwa pendekatan ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis mengenai pandangan ekonomi islam dalam jual beli online pada generasi milenial. Sehingga dengan metode tersebut akan mampu menjelaskan permasalahan dari penelitian (Arifudin, 2018).

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Teknik dapat dilihat sebagai sarana untuk melakukan pekerjaan teknis dengan hati-hati menggunakan pikiran untuk mencapai tujuan. Walaupun kajian sebenarnya merupakan upaya dalam lingkup ilmu pengetahuan, namun dilakukan untuk mengumpulkan data secara realistik secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Metodologi penelitian adalah sarana untuk menemukan obat untuk masalah apa pun. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan informasi tentang pandangan ekonomi islam dalam jual beli online pada generasi milenial dari buku-buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, ebook, dan lain-lain (Arifudin, 2019).

Karena membutuhkan bahan dari perpustakaan untuk sumber datanya, maka penelitian ini memanfaatkan penelitian kepustakaan. Peneliti membutuhkan buku, artikel ilmiah, dan literatur lain yang berkaitan dengan topik dan masalah yang mereka jelajahi, baik cetak maupun online (Arifudin, 2022).

Mencari informasi dari sumber data memerlukan penggunaan teknik pengumpulan data. Amir Hamzah dalam (Rahayu, 2020) mengklaim bahwa pendataan merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mengumpulkan data. Secara khusus, penulis memulai dengan perpustakaan untuk mengumpulkan informasi dari buku, kamus, jurnal, ensiklopedi, makalah, terbitan berkala, dan sumber lainnya yang membagikan pandangan ekonomi islam dalam jual beli online pada generasi milenial.

Lebih lanjut Amir Hamzah mengatakan bahwa pengumpulan data diartikan berbagai usaha untuk mengumpulkan fakta-fakta yang berkaitan dengan topik atau pembahasan yang sedang atau akan digali (Arifudin, 2020). Rincian tersebut dapat ditemukan dalam literatur ilmiah, penelitian, dan tulisan-tulisan ilmiah, disertasi, tesis, dan sumber tertulis lainnya. Menurut (Damayanti, 2020) bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai keadaan,

menggunakan sumber yang berbeda, dan menggunakan teknik yang berbeda.

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Hanafiah, 2021). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Tanjung, 2020). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang pandangan ekonomi islam dalam jual beli online pada generasi milenial.

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Tanjung, 2019).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada (Tanjung, 2023). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Hadiansah, 2021) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang keadaan lembaga (obyek penelitian) yaitu pandangan ekonomi islam dalam jual beli online pada generasi milenial.

Menurut Muhamadir dalam (Fitria, 2020) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap penelitian yang dikajinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasar pada hasil penelitian menyimpulkan bahwa jual beli online didefinisikan sebagai pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui media elektronik, terutama melalui internet atau online. Contohnya adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti bukalapak.com, berniaga.com, tokobagus, dll.

Menurut Hasugian dalam (Sudirman, 2020) menyatakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2012 mahasiswa

memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka sebesar 19,9%. Dalam hal ini, mahasiswa melakukan transaksi belanja online bukan didasarkan kebutuhan semata, akan tetapi demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif (Ridwan, 2019).

Kalangan milenial sangat akrab dengan penggunaan alat komunikasi, media dan teknologi digital. Menurunnya minat baca mereka karena lebih memilih gadget sebagai sarana membaca. Bahkan keakraban mereka terhadap alat komunikasi digital melebihi keakraban mereka terhadap buku-buku. Semua karakteristik ini disebabkan karena mereka lahir di saat teknologi alat komunikasi sedang mengalami peningkatan pesat (Ulfah, 2023).

Mahasiswa sebagai sasaran utama atau yang dijadikan sebagai objek karena sebagian pembeli online di Indonesia adalah wanita. Hal tersebut didukung dengan adanya data terbaru yang dirilis oleh Tokopedia pada tahun 2014. Dari total 5,3 juta barang yang terjual di Tokopedia selama bulan Januari-Maret 2014, wanita mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. 66,28% jumlah produk di atas dibeli oleh wanita. Konsumen wanita pada toko online rata-rata membeli produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion dan aksesoris, dan gadget. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tokopedia, menunjukkan bahwa wanita merupakan konsumen yang paling banyak berbelanja di Tokopedia dengan persentase 66,28%, sedangkan jumlah pria hanya berjumlah 33,72% (Andira Sari, 2015).

Menurut Gilasco dalam (Shavab, 2021) bahwa adanya kondisi dimana individu membeli barang-barang yang digunakan untuk pamer menimbulkan suatu anggapan anggapan tentang perilaku konsumen yaitu harusnya konsumen dapat bertindak secara rasional meskipun konsumen tersebut memiliki kesadaran bahwa dalam kenyataannya para konsumen belum tentu bertindak rasional. Bertindak rasional diartikan bahwa pendapatan yang jumlahnya terbatas akan mendorong seseorang untuk ekonomis dan memilih atau memutuskan untuk membeli barang yang satu atau bukan membeli lebih banyak barang yang satu berdasarkan pada pertimbangan mana yang paling sesuai serta dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan yang dimiliki.

Online shop berkembang seiring terciptanya berbagai media sosial seperti facebook, twitter, instagram, line dan lain-lain. Dengan adanya media sosial tersebut kita dapat melakukan jual beli secara online, kita dapat melihat foto barang-barang yang diperjual belikan. Namun dengan adanya berbagai kemudahan tersebut dan

semakin beragamnya barang yang ditawarkan dalam online shop menjadikan mahasiswa semakin konsumtif membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan melainkan hanya hasrat pemuas keinginan. Perkembangan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa (Aulia Azmi, 2015).

Jual beli melalui internet adalah usaha jual beli yang tidak mengharuskan penjual dan pembeli untuk bertemu atau saling berhadapan secara langsung, dengan mengidentifikasi, kualifikasi barang, pada saat pembayaran dilakukan terlebih dahulu baru kemudian diserahkan atau pembayaran dapat dilakukan secara langsung atau cash on delivery (Sofyan, 2020).

Jual beli online dapat dikaitkan dengan teori permintaan. Teori permintaan ekonomi islam dipengaruhi oleh nilai etika, keadilan, keseimbangan, dan reformasi syariah yaitu Halal. Dalam konteks ekonomi syariah, keputusan ekonomi manusia tidak bisa terlepas dari prinsip etika prilaku apapun yang harus selalu mengikuti hukum syariah (Fasa, 2020).

Ada banyak variasi Permintaan produk secara online sehingga konsumen dapat memilih apa yang diinginkan (Bairizki, 2021). Dalam islam, belanja online diperbolehkan selama tidak ada riba, seperti yang terdapat didalam al-qur'an, diantaranya di (QS. Al-baqarah [2]:275,279 dan 278, QS.ar-rum [30]:39, QS.an-nisa [4]:131)

Syarat-syarat mendasar diizinkannya jual beli secara online diantaranya:

1. Tidak melanggar hukum agama, seperti transaksi atau perniagaan yang dilarang, contohnya kecurangan, penipuan dan monopoli.
2. Adanya akad antara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara kedua belah pihak atau pembatalan (fasakh).
3. Adanya kontrol, yang tegas dan jelas, sanksi dan perintah hukum dari pemerintah (Instansi terkait) untuk memastikan aturan perusahaan menjalankan bisnis online untuk masyarakat.

Tira nur fitria dalam (Nurlatifah, 2023) bahwa jika pesanan online tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah dijelaskan di atas, maka pesanan tersebut "ilegal" dan tidak diterima. Peraturan dasar bisnis online sama hal nya dengan akad jual beli dan akad as-salam, ini diizinkan dalam agama islam. Larangan jual/beli online karena beberapa sebab antara lain:

1. Haram apabila menggunakan sistem seperti money gambling atau penipuan.
2. Barang atau jasa yang dilarang dalam suatu bisnis/perniagaan, seperti obat-obatan terlarang, video porno, pelanggaran hak

- cipta, situs yang membawa pengunjung kedalam prostitusi karena melanggar atau mengandung unsur penipuan.
3. Dan masih banyak lainnya yang tidak membawa manfaatan tetapi menimbulkan kemudharatan.

D. SIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian di PT. Piranti Teknik Indonesia menunjukkan bahwa jual beli online tidak dilarang dari sudut pandang islam selama tidak ada riba, kecurangan, monopoli dan penipuan. Beberapa cara yang diambil untuk memastikan bahwa jual beli online diizinkan, halal dan sah menurut syariat islam: 1) Produknya halal, 2) Keadaan yang jelas, 3) Kesesuaian harga dan kualitas produk, dan 4) kejujuran dalam transaksi atau jual-beli. Perkembangan teknologi untuk bisnis jual beli dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Jual beli online menawarkan berbagai pilihan produk atau jasa berdasarkan kebutuhan pelanggan dengan menggunakan system digital. Filtur-filtur diskon, cod, paylater yang tersedia di toko online, semakin mempermudah pembeli untuk menggunakan nya. Itu sebab nya tak jarang generasi milenial lebih memilih untuk menggunakan online shop sebagai pilihan utama.

2. Saran

Demi menjaga kualitas produk online yang konsisten dan menjaga kelancaran proses produksi, perusahaan diharapkan senantiasa memperhatikan penggunaan bahan baku dengan cermat guna menghindari pemborosan yang dapat merugikan perusahaan.

3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian diatas, rekomendasi untuk perusahaan adalah untuk generasi milenial yang terbiasa melakukan jual-beli di online shop, agar lebih memperhatikan lagi seputar ulasan toko, komentar dan lain-lainnya. Mengingat sangat banyaknya toko online saat ini, marak terjadinya penipuan/tidak sesuai deskripsi toko tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT. karena atas rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penelitian ini tidak akan terlaksanakan tanpa berbagai bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis ingin mengucapkan:

1. Terima kasih kepada ketua STEI Al-Amar Subang yang sudah memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian terkait dengan implementasi prinsip kualitas dan etika islam dalam mempertahankan kelancaran produksi.
2. Terima kasih kepada para dosen STEI Al-Amar yang telah memberikan arahan dalam hasil penyusunan penelitian ini.
3. Terima kasih kepada rekan-rekan satu kelompok yang telah ikut berkontribusi dalam mengerjakan penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Adi. (2021). Perspektif Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Kuhp Perdata. *Studi Islam Dan Sosial*, 2(2), 92–102.
- Anggraeni. (2016). Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.traveloka.com. *E-Proceeding of Management.*, 3(2), 181–192.
- Arifudin, O. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Tenaga Kependidikan STIT Rakeyan Santang Karawang. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 209–218.
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(6), 1094–1106.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Berlian, D. (2023). Perbandingan Pemberian Kredit Antara Bank Konvensional Dan Pembiayaan Bank Syariah Kepada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (JPSI)*, 2(2), 62–72.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik

- Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Febrianty, F. (2020). *Kepemimpinan & Prilaku Organisasi Konsep Dan Perkembangan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Fitria, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Calon Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 120–127.
- Hadiansah, D. (2021). *Membaca Perspektif Balanced Scorecard*. Bandung: Azka Hafidz Maulana Foundation.
- Hanafiah, H. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220.
- Haris, I. (2023). Pengenalan Teknis Penggunaan Software Turnitin Dan Mendeley Dekstop Untuk Meningkatkan Kualitas Karya Ilmiah Mahasiswa Baru. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(2), 172–178.
- Hidayatullah dkk. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan.*, 1(1), 1–10.
- Hoerudin, C. W. (2023). E-Learning as A Learning Media Innovation Islamic Education. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 15(1), 579–594.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Nurlatifah, N. (2023). Dampak Pengetahuan Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Syariah. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 395–404.
- Rahayu, Y. N. (2020). *Program Linier (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1), 234–242.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas

- Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Tanjung, R. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Menulis Jurnal Ilmiah. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 1(1), 42–52.
- Ulfah, U. (2023). Analisis Teori Taksonomi Bloom Pada Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 4(1), 13–22.