

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Posisi UMKM terhadap kestabilan ekonomi Indonesia sangat penting, maka pelaku bisnis khususnya pada sektor UMKM perlu bergerak cepat dalam menangani ketidakstabilan ekonomi tersebut. Ada beberapa cara yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis salah satunya adalah berinovasi dalam sistem pembayaran menggunakan pembayaran berbasis digital. Tantangan bagi UMKM dalam melakukan inovasi bisnis mereka dengan menerapkan internet tidaklah mudah, mereka perlu meningkatkan terlebih dahulu keterampilan mereka seperti keterampilan manajerial, keterampilan beroperasi dan mengorganisir serta pemasaran itu sendiri karena baru sekitar 58,6% dan lebih kurang 90-95% jumlah UMKM yang mengadopsi Teknologi sebagai penunjang kegiatan bisnis mereka.¹

Penduduk Indonesia merupakan pengguna internet terbanyak ke-4 di dunia atau sekitar 79,3% dari total populasi penduduk Indonesia 267.670.543 jiwa Prasasti, 2023. Sebagai salah satu negara pengguna internet terbanyak di dunia, secara teori bagi pengusaha, khususnya UMKM akan dengan mampu menjawab tantangan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM diatas, hanya saja pelaku usaha harus terlebih mengerti dan berkompeten dalam memahami konsep teknologi dalam dunia usaha. Laporan dari salah satu lembaga riset dan penasihat yang berbasis di India Red Seer melaporkan transaksi e-wallet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai angka 1,5 miliar US dollar setara 21,73 triliun dalam kurs 14,4980.

¹ Santoso, R. P.. *Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi 4.0*. Jurnal mrdia Teknik dan Sistem Industri, 2019, hlm. 37

Selain itu data dari BI, total transaksi uang elektronik berbasis chips dan server tahun 2019 mencapai 5,22 miliar dan melonjak tajam hingga 207% menjadi 145,16 triliun pada tahun 2019.²

Ada beberapa sentuhan teknologi terbaru yang bisa diaplikasikan dalam UMKM di tengah kemajuan teknologi dan ketidakstabilan ekonomi untuk meningkatkan daya saing usaha mereka, dikutip dalam AbcKotakarya.id setidaknya ada 5 lima teknologi yang bisa diaplikasikan dalam UKMM, yaitu: *Cloud Computing, Internet of Things, Media Sosial, Situs Web dan Akuntansi Software*. Kelima teknologi tersebut memiliki manfaat dan kegunaan masing-masing guna meningkatkan operasional dan daya saing UMKM. Penggunaan teknologi yang terhubung langsung dengan sistem akuntansi software adalah penggunaan sistem pembayaran digital, dimana sistem ini menggunakan cara untuk melakukan transaksi tidak memerlukan uang fisik.

Sistem pembayaran digital adalah pemindahan sejumlah uang dari si pembayar ke penerima, dimana dalam sistem pembayaran digital uang disimpan, diproses dan diterima dalam bentuk informasi digital dan pemindahannya menggunakan alat pembayaran elektronik dan konsep pembayaran digital menggunakan software tertentu seperti kartu pembayaran dan uang elektronik.³

Beberapa aplikasi pembayaran digital yang populer digunakan di Indonesia saat ini, dalam bentuk E-Money adalah OVO, DANA, GoPay dan yang

² Rasdianto, F. Y. *Dompot Digital Kejar Untung, Konsumen Yang Buntung*. (Bumi Aksara, Jakarta, 2020), hlm.38

³ Tarantang, j., Kurniawan, R., & Firdaus, G. M. *Electronic Money sebagai Alata Transaksi dalam Perspektif Islam*. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 2020, hlm. 21

terbaru adalah ShopeePay, fitur milik shopee”⁴ Pada dasarnya konsep dari sistem pembayaran digital yang digunakan dalam UMKM menggunakan metode transfer baik itu secara langsung maupun melalui metode *Quick Response Code* dan *Quick Response Indonesia Standard*.⁵

Keamanan dan legalitas serta pandangan Islam terhadap sistem pembayaran ini sudah ada. Sistem pembayaran ini dalam aturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 dan peraturan baru No.20/6/PBI/2018 Pardede, 2019, serta Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 diperbolehkan selama tidak ada pihak yang dirugikan dalam setiap transaksi”.

Keamanan yang terdapat pada uang elektronik yang digunakan sebagai alat pembayaran dalam sistem pembayaran digital sudah dilengkapi dengan sistem keamanan EMV chip yang dikembangkan oleh Europay, Mastercard, dan Visa yang akan menyediakan keamanan lapisan ekstra untuk setiap transaksi pembayaran. Selain itu beberapa bank atau penerbit uang elektronik tertentu menawarkan asuransi perjalanan, dan pihak bank memiliki sistem yang dapat melindungi ketika kartu anda hilang.⁶

Adanya sistem pembayaran ini tentu karena adanya aktivitas penjualan yang dilakukan perusahaan, sebagai upaya sang penjual dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapainya manfaat antara keduanya yang

⁴ Fitriani Latief, D. *Determinan Minan Penggunaan E-Wallet ShopeePay*. JIMEA: Jurnal Ilmian Manajemen dan Akuntansi, 2023. Hlm. 157.

⁵ Sihalo, J. E., & Rahmayanti, S. *Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis, 2020, hlm. 287

⁶ Perkasa, D. A. *Keamanan transaksi menggunakan uang elektronik (emoney)*. (Airlangga University, Jakarta. 2018), hlm,1.

berkelanjutan dan menguntungkan. Penjualan juga merupakan hasil yang dicapai sebagai imbalan atas jasa-jasa yang dilakukan dalam dunia usaha”⁷

Sesuai ajaran Islam aktivitas berbisnis atau berniaga dikenal dengan istilah *tijarah*. Perolehan laba atau untung haruslah dilakukan dengan cara yang baik dan benar. Cara yang benar bisa sesuai dengan standar operasional perusahaan, standar hukum negara, dan hukum syariat Islam.

Al-quran dan hadits banyak sekali dalil yang menjelaskan posisi dasar hukum berbisnis atau berniaga seperti terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.*⁸

Pada ayat lain juga yaitu dalam surat An-Nisa ayat 29 berbunyi :

⁷ Hasti, F. A. *Sistem penjualan Sandal Berbasis Web*. (JATI: Jurnal Teknologi dan Informatika, 2018), hlm. 38

⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Qs. Al-Baqarah/2:275

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*⁹

Berdasarkan ayat tersebut di atas menjelaskan bahwa jual beli secara langsung maupun online dibenarkan sepanjang pembayarannya dilakukan setelah ada kesepakatan jual beli yang dilakukan melalui jual beli tidak langsung atau dengan pembayaran digital atau online sepanjang didasari dengan kejujuran.

Imam Ibnu Katsir berpendapat bahwa terhadap surat an-nisa ayat 29 tersebut bahwa perdagangan *tijarah* dibolehkan dalam Islam sebagai bentuk bisnis dan usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.¹⁰

E-money atau uang elektronik merupakan uang tunai yang disimpan dalam sebuah sistem perbankan. Proses penyimpanan tersebut mengubah uang tunai menjadi sebuah alat pembayaran digital. Meski berubah, uang tersebut masih bisa digunakan dalam transaksi. Umumnya, *e-money* berbentuk kartu yang dilengkapi

⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Qs.An-Nisa'/4:29

¹⁰ Wijaya, G. *Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti. e-* (Skripsi Univ Andalas, 2018), hlm.89.

dengan *chip* di dalamnya. Nah, *chip* inilah yang digunakan untuk “membaca” informasi di dalam *e-money*, termasuk jumlah uang yang tersimpan di dalamnya.¹¹

Berdasarkan kondisi objektif di lapangan yaitu di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan, dimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM yang bergerak khusus di bidang makanan dan minuman serta Konveksi pakaian dan sepatu menjamur di tengah-tengah masyarakat. Dalam upaya meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM saat ini melakukan transaksi dengan *e-money*, hal ini disebabkan karena digital sangat berperan dalam pengembangan usaha pedagang dalam upaya meningkatkan pendapatan.

Berbagai jenis dagangan makanan dan minuman dan konveksi pelaku UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan, saat ini banyak mendapatkan order dari berbagai daerah karena para pedagang telah melakukan pengembangan usaha melalui promosi menggunakan android dengan aplikasi *instagram*, *wa*, *facebook*, *you tube* bahkan *tiktok*. Sistem jual beli dengan digital ini membuat konsumen semakin bertambah karena sistem ini telah mempermudah jual beli di era digital saat ini, dimana barang dapat dipesan melalui online dan sistem pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan *e-money*.

Berdasarkan observasi awal penulis menunjukkan bahwa banyak UMKM yang ada di daerah Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan menggunakan sistem *e-monay* dalam transaksi jual beli, hal ini disebabkan karena banyak para pembeli yang memesan berdasarkan pesanan sesuai dengan promosi

¹¹ Solikin dan Suseno, *Uang: Pengertian, Penciptaan, dan Peranannya dalam Perekonomian* (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2002), hlm.2

yang dilakukan oleh UMKM melalui aplikasi android yang menjual secara online. Penjualan secara online telah ditetapkan jenis makanan dan harganya.

Sesuai hasil observasi yang dilakukan bahwa terdapat 40 orang pelaku UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai yang menggunakan e-money dalam transaksi jual beli sebagaimana data berikut :

Tabel I.1
Data UMKM Menggunakan E-Money

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Jual Buah	4
2	Jual Martabak	6
3	Ayam Penyet	7
4	Nasi Goreng dan Mie	4
5	Minuman Just	6
6	Konveksi	8
7	Tahu	5
	Jumlah	40

Sumber : Data UMKM Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan, 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jenis UMKM yang ada di daerah Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan adalah seperti Jual Buah dalam bentuk order besar, jual Martabak Bangka, Jual tahu crispy, jual makanan ayam penyet, konveksi dan berbagai jenis makanan dan minuman just lainnya yang sudah banyak digemari oleh masyarakat baik daerah lingkungan Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan maupun di luar kecamatan Medan Denai.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Irwansyah salah satu pedagang buah mengatakan bahwa setelah menggunakan transaksi jual beli melalui e-money maka orderan semakin bertambah sehingga penjualan semakin meningkat.

Fenomena di atas menunjukkan bahwa peningkatan penjualan atau pendapatan UMKM yang menggunakan transaksi e-money dapat diketahui berdasarkan tabel berikut :

Tabel I.2
Pendapatan UMKM Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan

No	Jenis Usaha	Tahun 2022		
		Agustus	September	Oktober
1	Jual Buah	4.320.000	4.800.000	5.300.000
2	Jual Martabak	2.500.000	2.650.000	3.000.000
3	Ayam Penyet	2.825.000	3.100.000	3.500.000
4	Nasi Goreng dan Mi	1.800.000	1.950.000	2.350.000
5	Minuman Just	1.500.000	1.680.000	2.150.000
6	Konveksi	3.500.000	3.800.000	4.250.000
7	Tahu	1.600.000	1.800.000	2.000.000

Sumber : Data UMKM Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan, 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa penjualan pelaku UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan cenderung terjadi peningkatan, peningkatan tersebut tidak terlepas dari sistem jual beli yang digunakan melalui transaksi online atau e-money.

Fenomena tersebut menggambarkan bahwa penggunaan e-money berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, hal ini menjadi landasan berpikir bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih mendalam, apakah peningkatan penjualan UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan dipengaruhi oleh penggunaan e-money atau pengaruh lain.

Berdasarkan pada latar belakang diatas dan dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang berbeda maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi. Dengan demikian penulis tertarik

melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan permasalahan masalah diatas maka dirumuskan masalah penelitian ini adalah

1. Apakah terdapat pengaruh penggunaan e-money Bank Syariah Indonesia Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan er-money Bank terhadap meningkatkan penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dibuat maka didapat tujuan dari penelitian yaitu

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan e-money Bank Syariah Indonesia Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan er-money Bank terhadap meningkatkan penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai Kota Medan.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan juga Mahasiswa Ekonomi Syariah UISU khususnya Prodi Ekonomi Syariah, tentang pengaruh penggunaan e-money terhadap peningkatan penjualan usaha mikro kecil menengah UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pembaca pada umumnya sehingga menambah *khazanah* keilmuan bagi setiap yang membacanya, dan khususnya bagi mahasiswa-mahasiswi yang berkecimpung dalam bidang Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan masalah Penggunaan E-Money.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini secara teoritis dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang pengaruh penggunaan e-money terhadap peningkatan penjualan usaha mikro kecil menengah UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan dan juga dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

D. Batasan Istilah

Agar penelitian ini tidak terlalu umum pengertiannya, maka perlu dibuat batasan-batasan istilah dalam sebuah penelitian dan yang menjadi batasan istilah dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh artinya “dampak, akibat yang ada” Pengaruh yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah pengaruh sistem digital.¹²
2. E-Money adalah E-money merupakan suatu system transaksi dalam dunia perbankan yang cara kerjanya memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kegiatan jual beli agar lebih efisien, singkat, dan tepat. E-money ini sama halnya dengan kartu kredit dan debit, namun dalam penggunaannya, e-money tidak membutuhkan rekening dalam kegiatan transaksi. Yang dibutuhkan konsumen ialah kartu elektronik yang dapat dibeli untuk kemudian mengisi saldo e-money (top-up) dan e-money sudah bisa untuk digunakan sesuai kegunaannya.¹³
3. Peningkatan penjualan adalah Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).¹⁴
4. UMKM adalah usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari

¹² WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2016), hlm.283

¹³ Ni Made Dwi Aksami And I Made Jember, “*Analisis Minat Penggunaan Layanan E-money pada Masyarakat Kota Denpasar*” (N.D.): 2439– 2470.

¹⁴ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*,(Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 166

usaha mikro, usah kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.¹⁵

5. Pendapatan adalah hasil yang didapatkan melalui usaha,¹¹ Pendapatan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pendapatan hasil usaha dagang.
6. UMKM adalah “Usaha Mikro Kecil dan Menengah”¹² UMKM yang dimaksudkan di sini adalah pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Pasir Limau Kapas

Berdasarkan batasan istilah di atas maka dapat dipahami bahwa maksud dalam penelitian ini adalah peran yang dimaksudkan adalah peran tokoh agama yang ada di desa Sei Penggantungan dalam meningkatkan pendidikan agama masyarakat.

E. Sistematika Penulisan

Memudahkan pemahaman dalam laporan ini, maka akan dikemukakan sistematika hasil yang secara garis besar dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN, Memuat kajian tentang latar belakang masalah, Rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, batasan istilah, telaah pustakan dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS, Menuat Kajian Tentang berbagai teori yang menjadi landasan teoritis penelitian, meliputi: Penggunaan E-Money, Peningkatan penjualan dan usaha mikro kecil menengah UMKM dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

¹⁵ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.16

¹¹ Miftahul ulum dan Basuki, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Senmas, Ponorogo, 2016), hlm.32

¹² Harianto, *UMKM dan Perkoperasian*, (Jayakarta, Bandung, 2015), hlm.43

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN, Memuat kajian tentang metodologi penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sifat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV :LAPORAN HASIL PENELITIAN, Menjelaskan lebih lanjut tentang paparan analisis data berdasarkan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN, Berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran-saran dari penulis sebagai sumbangan pemikiran.

LANDASAN TEORI

A. Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM di Kelurahan Denai Kecamatan Medan

1. Pengertian E-Money

E-money merupakan suatu system transaksi dalam dunia perbankan yang cara kerjanya memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kegiatan jual beli agar lebih efisien, singkat, dan tepat. E-money ini sama halnya dengan kartu kredit dan debit, namun dalam penggunaannya, e-money tidak membutuhkan rekening dalam kegiatan transaksi. Yang dibutuhkan konsumen ialah kartu elektronik yang dapat dibeli untuk kemudian mengisi saldo e-money (top-up) dan e-money sudah bisa untuk digunakan sesuai kegunaannya.¹⁶

BIS (bank for international settlement) mendefinisikan e-money dalam salah satu publikasinya pada bulan oktober 1996, yaitu produk stored-value atau prepaid dimana sejumlah nominal uang disimpan di dalam suatu media elektronik yang dimiliki oleh seseorang. Nilai uang akan berkurang ketika dipakai untuk melakukan berbagai jenis transaksi pembayaran.¹⁷

¹⁶ Ni Made Dwi Aksami And I Made Jember, “Analisis Minat Penggunaan Layanan E-money pada Masyarakat Kota Denpasar” (N.D.): 2439– 2470.

¹⁷ Isnu Yuwana Darmawan Siti Hidayati, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah Aulia Fadly, “Kajian Operasional E-money” (2006).

2. Type E-Money

Tipe-tipe e-money apabila dilihat dari sarana yang dipakai untuk menghitung jumlah uang yang diubah dalam format elektronik, maka e-money terbagi kedalam dua tipe, yaitu prepaid software dan prepaid card. Keduanya memiliki karakteristik masing-masing yaitu :

- a. Prepaid card, bisa dinamakan dengan electronic purses, ciri-ciri yang dimiliki, yaitu:
 - 1) Terdapat *chip (integrated circuit)* yang ditanamkan pada kartu, chip tersebut digunakan untuk menyimpan data elektronik konsumen.
 - 2) Proses transaksi yang dilakukan oleh konsumen menggunakan suatu alat (card reader), sehingga konsumen perlu meng-insert kartu ke alat tersebut.
- b. *Prepaid software*, atau digital cash, memiliki cirikhas yaitu:
 - 1) Nilai elektronis disimpan dalam suatu hard disk yang terdapat dalam personal computer (PC)
 - 2) System kerjanya memerlukan jaringan internet untuk melakukan transaksi.¹⁸

3. Karakteristik E-Money

E-money memiliki cirikhas berbeda dibandingkan alat transaksi pembayaran elektronik yang berbasis kartu lainnya seperti ATM, kartu debit dan kartu kredit. Alat transaksi pembayaran elektronik berbasis kartu mempunyai

¹⁸ Usman, “Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran.”(2017)

karakteristik acces products, sedangkan e-money mempunyai karakteristik prepaid Products. Karakteristik prepaid products. apabila dijelaskan secara umum, yaitu:

- a. Nominal uang yang sudah dicatat instrument emoney, atau biasa disebut dengan stored value.
- b. Data keuangan yang sudah tercatat dalam emoney secara penuh menjadi kekuasaan yang dipegang oleh pemilik e-money.
- c. Saat konsumen melaksanakan transaksi, dana yang berpindah dalam bentuk elektornik value dari kartu e-money milik oleh konsumen kepada pedagang dapat dilaksanakan dengan cara offline. Dengan demikian verifikasi pembayaran hanya dilaksanakan pada tingkat merchant (poin of sale), tanpa harus on-line ke komputer issuer.¹⁹

4. Pihak Penyelenggara E-Money

Menurut kebijakan BI No. 11/12/PBI/2009 Pasal

- a. terdapat berbagai pihak yang menjalankan emoney adalah : 1) Pihak yang menjadi penerbit e-money merupakan bank atau pihak lain selain bank yang secara legal dapat menerbitkan e-money.
- b. Hak kuasa atas e-money dipegang penuh oleh pengguna e-money
- c. Principal merupakan bank atau pihak selain bank yang memiliki wewenang untuk mengelola sistem atau jaringan antar anggota, baik berupa acquirer dan/atau penerbit, dalam transaksi emoney yang berlangsung terdapat

¹⁹ Siti Hidayati, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah Aulia Fadly, “*Kajian Oprasional E-money.*”(2006)

perjanjian kerja sama antar anggota, perjanjian tersebut disahkan oleh hukum, yang tertulis dan disetujui oleh masing-masing anggota.

- d. *Acquirer* merupakan bank atau lembaga selain bank yang telah melakukan kerjasama dengan merchant (pedagang), yang bisa memproses data uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain.
- e. Pedagang (*merchant*) merupakan penjual produk atau jasa yang menerima transaksi pembayaran dari pemegang.
- f. Penyelenggara kliring adalah bank atau pihak selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik.
- g. Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau pihak selain bank yang melakukan dan mempunyai tanggung jawab dalam penyelesaian akhir berkaitan dengan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau Acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.

5. Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Syariah

E-money dalam perspektif ekonomi islam ialah alat transaksi pembayaran elektronik yang penggunaannya berdasarkan sesuai dasar hukum dalam syariah. DSN-MUI telah mengeluarkan fatwa tentang uang elektronik syariah Nomor 116/DSNMUI/IX/2017 yang berisi mengenai ketentuan dan batas-batas hukum yang diizinkan oleh syariah dalam bertransaksi menggunakan e-money. Ada beberapa ketentuan yang wajib diikuti dalam bertransaksi menggunakan e-money antara lain dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

Qs.Al-Maidah Ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ
 إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا
 يُرِيدُ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji.*²⁰

E-money pada dasarnya sama seperti uang biasa karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaksi jual beli barang. Dalam perspektif syariah hukum e-money adalah halal. Kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqh muamalah: “Pada dasarnya segala macam bentuk transaksi muamalah ialah halal dan sah hukumnya, kecuali terdapat perkara yang menjadikan transaksi tersebut menjadi haram, maka haramlah hukumnya.”²¹

Dalam kaidah diatas dapat dijelaskan bahwa segala bentuk transaksi muamalah hukumnya diperbolehkan terkecuali terdapat dalil yang mengharamkan, maka dari itu e-money wajib memenuhi syarat dan kriteria dengan prinsip-prinsip syariah serta nilai-nilai dasar ekonomi islam, diantaranya yaitu:

²⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Qs. Al-Maidah/5:1.

²¹ Jefri Tarantang, Rahmad Kurniawan, And Gusti Muhammad Ferry Firdaus, “*Electronic Money Sebagai Alat Transaksi Dalam Perspektif Islam*” 07, No. April (2020): 1–21.

a. Tidak mengandung maysir

Maysir di dalam pasal 2 UU No.21 tahun 2008 berkaitan dengan perbankan syariah, maysir merupakan kegiatan transaksi yang belum jelas keadannya, ketidakjelasan ini menjadikan transaksi tersebut tidak diperbolehkan karena bersifat untung-untungan. Peraturan bank Indonesia yang disebutkan dalam pasal No.7/46/PBI/2005, maysir dapat digolongkan transaksi perjudian karena tidak adanya kepastian dan mengandalkan keberuntungan. Larangan judi juga terdapat di dalam Al-Qur'an surah AlMaidah ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.*²²

b. Tidak menimbulkan

riba Peraturan yang ada pada pasal 2 UU No,21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, riba adalah cara memperoleh keuntungan sepihak dengan jalan yang tidak semestinya (batil) diantaranya ketika saling menukar barang, namun salah satunya dalam kondisi yang kurang baik, sehingga tidak sama dari sisi waktu penyerahan (*fadh*l), kuantitas dan kualitas, bisa juga dalam kegiatan pinjam

²² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Qs. Al-Maidah/5:90.

meminjam, namun salah satu pihak mengharuskan dana yang dikembalikan melebihi dana yang semestinya, atau dana yang dikembalikan lebih besar dari dana yang harus dikembalikan, terlebih apabila kelebihan dari dana pinjaman tersebut, dihitung dari lamanya tenggang waktu yang diberikan untuk melunasi hutang (nasi'ah). Tidak sedikit hadis Nabi yang melarang praktik riba, diantaranya ialah:

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الْبَا وَمُكَلَّهُ وَكَأَنِّيهِ وَشَا هِدْيِهِ وَقَلَّ هُمْ سِوَاءَ

Artinya: *Dari Jabir r.a dia berkata, bahwa "Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, orang yang memberikannya, penulisnya dan dua saksinya. Dan Beliau berkata mereka semua adalah sama." (HR. Muslim).*²³

Dalam tafsir Ibnu Katsir penjelasan tentang hadis di atas adalah bahwa dimana Allah mengatakan seorang pemakan riba akan dibangkitkan dari hari kiamat seperti orang gila yang mengamuk. Allah menegaskan bahwa menghalal jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang menghalalkan riba dapat diartikan pembantahan atas hukum yang sudah ditetapkan Allah. Riba yang dulu sudah dimakan sebelum turunnya ayat ini, jika pelakunya mau bertaubat, tidak ada kewajiban untuk mengembalikan dan dimaafkan oleh Allah, sedangkan bagi siapa

²³Isnaini Harahap, et al., *Hadis-hadis Ekonomi*, cet-2 (Jakarta:Kencana, 2017), 190.

saja yang kembali lagi kepada riba setelah menerima larangan dari Allah, maka mereka adalah penghuni neraka dan mereka kekal didalamnya.²⁴

c. Gharar

Gharar dalam pasal 2 UU No.21 Tahun 2008 berkaitan dengan perbankan syariah, suatu transaksi yang tidak ada kejelasan dalam kegiatannya, ketidakjelasan yang dimaksud adalah, tidak jelas obyeknya, tidak jelas pemilikinya, keberadaannya tidak diketahui, sehingga proses transaksi tidak dapat dilakukan secara langsung, kecuali diatur lain dalam syariah.

d. Transaksi yang dilakukan tidak untuk objek maksiat dan haram Haram sesuai dengan UU No.21 Tahun 2008 berkaitan dengan perbankan syariah ialah transaksi yang tidak disahkan dalam hukum syariah. Sehingga syarat sah jual beli produk sebagai objek jual beli ialah produk yang bermanfaat sesuai dengan ketentuan syaria'.

e. Tadlis Tadlis dapat digolongkan sebagai penipuan, karena dalam kegiatan jual beli, penjual tidak menjelaskan kondisi objek yang dijual secara benar, sehingga terkesan seperti penjual tengah menipu pembeli.²⁵

Hal tersebut tentunya tidak sesuai dengan apa yang telah diajarkan Rasulullah, sehingga akad jual beli tidak diperbolehkan dan tidak sah, karena memberikan kerugian pada satu pihak mengandung unsur penipuan sangat di haramkan. Hal ini terdapat dalam Qs. AlAn'aam ayat 152 :

²⁴ *Ibid*, Qs. An-Nisa'/6:161

²⁵ Musfirotin, "Perlindungan Hukum terhadap Transaksi Uang Elektronik Berdasarkan Fatwa No.116/DSN-MUI/XI/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah Oleh Bank Syariah."

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا
 بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا تَكْلِفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا
 قُلْتُمْ قَاعِدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ
 وَصَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: *Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya.*²⁶

Dalam penggunaan e-money terdapat akad-akad didalamnya yaitu:

a. Akad Wadiah

Anatar konsumen dan penerbit sebagai pihak yang menerbitkan e-money memiliki hubungan kesepakatan yang termasuk akad wadi'ah. Secara etimologi akad wadi'ah dapat diartikan sebagai menitipkan atau meninggalkan. Sedangkan secara terminologi, wadi'ah ialah meminta bantuan dari seseorang untuk ditipkan amanah kepada orang lain dan tujuannya ialah supaya orang yang ditipkan dapat menjaga titipan tersebut.²⁷

Adapun berlandaskan Fatwa DSN MUI NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 akad wadi'ah akad yang menjelaskan bahwa konsumen menitipkan sejumlah uang kepada penerbit yang mempunyai wewenang atas system uang elektronik , dengan

²⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Qs.Al-An'am:156

²⁷ Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah Ii Teori Dan Praktik* (Jawa Tengah: Unisnu Press, 2019).13

kesepakatan bahwa konsumen sebagai pemilik dana tersebut dapat menggunakan e-money sebagai alat transaksi atau melakukan penarikan tunai kapanpun sesuai dengan persetujuan.

b. Akad Ijarah

Akad yang dipergunakan diantara penerbit dengan pihak-pihak pelaksana uang elektronik (penyelenggara penyelesaian akhir, penyelenggara kliring, pedagang merchant, acquirer, principal) merupakan akad ijarah.²⁸

Dalam artian bahasa ijarah bermula dari bahasa arab yaitu “al-ajru” memiliki makna yang serupa dengan kata “al-iwadu” yang artinya yaitu ganti dan maka dari itu “athhawab” bisa juga dikatakan pahala dinamakan dengan upah atau ajru. Sedangkan secara terminology, Syafi’i Antonio menjelaskan bahwasannya ijarah ialah pengalihan hak atas produk atau jasa berdasarkan atas kesepakatan yang sebelumnya sudah disepakati setiap pihak yang terlibat, pengalihan hak tersebut dapat melalui proses sewa, sehingga tidak merubah kepemilikan dari suatu barang atau jasa.

Dalam DSN MUI NO: 116/DSNMUI/IX/2017 akad ijarah ialah pengalihan hak atas produk atau jasa kepada pihak lain dalam jangka waktu tertentu yang sudah disepakati melalui proses sewa dengan memberikan dana guna pembayaran sewa tersebut. Jasa yang disewakan bermanfaat sesuai dengan ketentuan syara’.

²⁸ Mahmudatus Sa’diyah, *Fiqh Muamalah li Teori Dan Praktik* (Jawa Tengah: Unisnu Press, 2019)..Hlm.71-72

B. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).²⁹

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran.dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan.³⁰

2. Tujuan Penjualan

²⁹ M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*,(Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 166

³⁰ Assauri, *Sofjan Manajemen Pemasaran edisi pertama*,(Jakarta: Rajawali Pers, 2011)hlm.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.³¹
 - b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
 - c. Menunjang pertumbuhan perusahaan
- Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Menurut Basu Swastha, Faktor - faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut :

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual (sales skill)

³¹ Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran strategi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), hlm. 604.

Sales Skill (keahlian menjual) adalah suatu keahlian yang harus dikuasai oleh salesman untuk menciptakan proses penjualan yang berhasil. Ada yang berpendapat keahlian ini merupakan bakat yang dibawa sejak lahir dan ada pula yang berpendapat semua orang dapat menjadi ahli dalam penjualan jika berusaha keras belajar dan memperaktekkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Salesman skill merupakan salah satu modal penting yang harus dimiliki oleh seseorang yang bekerja atau bertugas sebagai marketer. Orang yang melakukan pemasaran memang membutuhkan skill yang baik, hal ini tentunya agar mereka tidak cepat putus asa, lemah mental dan sebagainya saat mendapatkan berbagai respon dan konsumen. Indikator dari Kondisi dan Kemampuan Penjual untuk penyusunan spesifikasi tenaga penjualan (Sales Skill) antara lain :

- 1) Kemampuan Intelektual, dilihat dari sudut kecerdasan umum, daya menilai dan daya kreasi yang perlu untuk mengenal, memperkenalkan dan menerapkan gagasan-gagasan baru.
- 2) Keterampilan bergaul, dalam pekerjaan menjual, sifat terpenting adalah kemampuan bergaul dengan orang banyak dan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka.
- 3) Kedewasaan, sales skill harus dapat menyesuaikan diri pada pekerjaannya, kemampuan untuk melaksanakan rencana jangka panjang, berhubungan dan sikapnya terhadap wewenang, mengerti dengan objektif kelemahan dan kekuatan sendiri dan cukup stabil menghadapi peran dalam pekerjaan menjual.

- 4) Etos kerja, memiliki etos kerja yang tinggi dalam pekerjaan dan mandiri Kemampuan spesifik, memiliki kemampuan teknik dan professional spesifik serta memiliki pengalaman, memiliki kondisi kerja yang baik. Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan :

- 1) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- 2) Harga produk
- 3) Syarat penjualan seperti : pembayaran, pelayanan, sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.³²

b. Kondisi pasar

Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa, sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya³³. Pasar sebagai kelompok

³² Basu, Swastha DH., Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga belas, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2018), hlm.47

³³ Amstrong, Gary & Philip, Kotler. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. (Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2012), hlm 73

pembeli atau pihak yang sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.

Adapun faktor – faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Jenis pasar
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasar
- 3) Daya belinya
- 4) Frekuensi pembeli
- 5) Keinginan dan kebutuhan³⁴

c. Modal

Menurut Bambang Riyanto pengertian modal usaha sebagai ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkrit dan modal abstrak³⁵ Modal konkrit dimaksudkan sebagai modal aktif sedangkan modal abstrak dimaksudkan sebagai modal pasif. Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha “Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”³⁶

Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam

³⁴ Stanton, William J, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga,2020),hlm.51

³⁵ Bambang Riyanto, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2017),hlm..64

³⁶ Ardi Nugroho, Listyawan, *Pengaruh Modal Usaha*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2023), hlm. 9

sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Yang menjadi persoalan di sini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar.³⁷

Modal maksudnya akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjualan. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha.

4. Indikator Penjualan

Menurut Philip Kotler yang dikutip Swastha dan Irawan (2003:404), menyimpulkan bahwa ada beberapa indikator dari tingkat penjualan adalah sebagai berikut:

1. Mencapai tingkat penjualan tertentu berupa :
 - a. Harga
 - b. Promosi
 - c. Kualitas
 - d. Saluran distribusi
 - e. Produk.
2. Mendapatkan laba tertentu

³⁷ Amirullah, dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta : Graha ilmu, 2015), hlm.7

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan³⁸

Menurut Basu Swasthamengemukakan : “Analisa volume penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi), Dalam analisa ini volume penjualan perusahaan perlu dikaitkan dengan segmen pasarnya agar dapat diketahui posisi perusahaan dalam industri”.³⁹

Jadi dari uraian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa penjualan merupakan total penjualan yang di nilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

C. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.⁴⁰ Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

³⁸ Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Erlangga, Edisi ke-2, 2015), hlm.12

³⁹ Bau Swasta, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta. BPFY-Yogyakarta.2012), hlm.37

⁴⁰ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hlm.16

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar.

Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.⁴¹

2. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai

⁴¹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11

atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan

usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Menurut Kementerian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.

3. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

- a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.

- b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

4. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.⁴²

5. Karakteristik UMKM

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta

⁴² Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, hlm. 1.

sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.

- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan sistem administrasinya.

Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan. Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahankelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, yang dalam tersebut terdapat beberapa perbedaan baik dalam objek penelitiannya maupun tempat penelitian yang dilakukan oleh si peneliti tersebut. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan dan sangat berguna untuk membantu penulis dalam menjawab permasalahan. Beberapa penelitian terkait yang dapat menjadi sumber *reference* dalam melakukan penelitian.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Artini (2019)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat penggunaan Uang Elektronik Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam TA 2016-2017 UIN Sumatera Utara)	Hal yang mempengaruhi transaksi system online	Secara parsial pelayanan dan keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik pada aplikasi OVO. Berdasarkan hasil secara simultan kepercayaan, kemudahan, dan

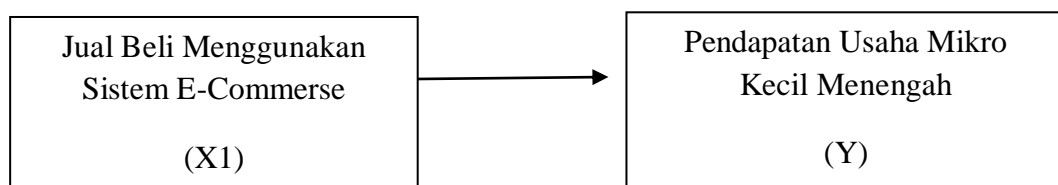
				keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik pada aplikasi OVO.
2.	Syarifah Nisa (2019)	Pengaruh Ecommerce dan UMKM Terhadap Sektor Logistik Indonesia Tahun 2010-2018	Sama-sama membahas UMKM	Nilai transaksi e-money, pertumbuhan jumlah pengguna internet, dan pertumbuhan jumlah unit UMKM berpengaruh positif signifikan terhadap PDB sektor transportasi
3.	Samuel Travolta parapet (2019)	Pengaruh penggunaan emoney terhadap tingkat konsumsi (studi kasus pegawai PT. PLN Persero Unit Induk P3B Sumatera UPT. Medan)	Sama-Sama Membahas UMKM.	Dari hasil penelitian terhadap 47 responden dapat diambil kesimpulan bahwa transaksi e-money memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat konsumsi pegawai PT. PLN Persero Unit Induk P3B Sumatera UPT Medan
4.	Putri Adika Lestari (2017)	Pengaruh Sistem Informasi Dan Pemanfaatan Ecommerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kota Makassar	sama-sama membahas UMKM	Sistem informasi dan pemanfaatan ecommerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM baik secara parsial maupun simultan.
5.	Tesa Nurul Safrianti (2017)	Pengaruh Transaksi online (E-commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap	Sama-sama membahas UMKM	Transaksi online tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0.097,

		Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Tegal		modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,000, dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dengan nilai signifikan 0,005. Dapat diartikan bahwa 38,6% pendapatan UMKM dipengaruhi oleh transaksi online.
--	--	--	--	---

Sumber Data Primer, 2023

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan satu variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas satu variabel atau lebih secara mandiri.



Sumber: (dibuat oleh penulis, 2023)

F. Hiptesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan e-money terhadap peningkatan penjualan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan e-money terhadap peningkatan penjualan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kelurahan Denai Kecamatan Medan Denai