



Prospek

E-COMMERCE SYARIAH

MASA PANDEMI COVID-19



Tim Penulis:

Arifa Pratami - Abdul Rahman - Muhammad Hadi

Prospek **E-COMMERCE SYARIAH** **MASA PANDEMI COVID-19**

Tim Penulis:

Arifa Pratami - Abdul Rahman - Muhammad Hadi



PROSPEK E-COMMERCE SYARIAH MASA PANDEMI COVID-19

Penulis:

Arifa Pratami, Abdul Rahman, Muhammad Hadi

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Atep Jejen

Editor:

Evi Damayanti

ISBN:

978-623-459-463-8

Cetakan Pertama:

April, 2023

Tanggung Jawab Isi, pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul “Prospek *E-Commerce* Syariah Masa Pandemi Covid-19” telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan tentang Prospek *E-Commerce* Syariah Masa Pandemi Covid-19.

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya dunia baru yang disebut dunia maya. Di dunia maya, setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain tanpa batasan apapun yang dapat menghalanginya. Globalisasi yang sempurna sebenarnya telah berjalan di dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital. Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet, sektor bisnis merupakan sektor yang paling terkena dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi serta paling cepat tumbuh.

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di masa pandemi seperti saat ini dan tidak di pungkiri pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsi serta cara berjualan dan berbelanja. Pada era ini masyarakat lebih banyak melakukan aktivitas jual beli secara *online* dari pada *offline*. Menjadikan angka pengguna jasa layanan *e-commerce* meningkat. Menurut data Badan Pusat Statistik pengguna layanan *e-commerce* sebelum dan saat pandemi adalah sebagai berikut.

Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Transaksi bisnis melalui internet lebih dikenal dengan nama *e-business* dan *e-commerce*. Melalui *e-commerce*, seluruh manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan "*tiada gading yang tidak retak*" dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

April, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 GAMBARAN UMUM E-COMMERCE	1
A. Pengantar	1
BAB 2 PROSPEK E-COMMERCE	7
A. Sejarah Perkembangan <i>E-Commerce</i>	7
B. Manfaat <i>E-Commerce</i>	9
C. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-Commerce</i>	10
D. Prospek <i>E-Commerce</i>	11
BAB 3 PENERAPAN AKAD DENGAN PRINSIP SYARIAH	19
A. Konsep Akad	19
B. Syarat Akad.....	22
C. Macam-macam Akad Syariah	24
D. Sifat dan Tujuan Akad.....	26
E. Prinsip dan Asas Dalam Berakad	28
F. Berakhirnya Akad.....	29
G. Penerapan Akad Dengan Prinsip Syariah	30
BAB 4 KONSEP TINGKAT PENDAPATAN DAN DAYA BELI	33
A. Pengertian Daya Beli Masyarakat.....	33
B. Konsep Daya Beli Masyarakat	34
C. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Masyarakat	35
D. Indikator Pengukuran Daya Beli Masyarakat	38
E. Pengertian Pendapatan	39
F. Konsep Tingkat Pendapatan	41

BAB 5 RUANG LINGKUP <i>E-COMMERCE</i>	43
A. Penerapan Akad Syariah Pada Prospek <i>E-Commerce</i> Syariah.....	43
B. Tingkat Pendapatan Pada Prospek <i>E-Commerce</i> Syariah.....	44
C. Daya Beli Masyarakat Pada Prospek <i>E-Commerce</i> Syariah.....	45
D. Penerapan Akad Syariah Pada Prospek <i>E-Commerce</i> Syariah Dengan Pertimbangan Tingkat Pendapatan.....	46
E. Penerapan Akad Syariah Pada Prospek <i>E-Commerce</i> Syariah Dengan Pertimbangan Daya Beli Masyarakat.....	47
BAB 6 PENUTUP	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran Pandang.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
PROFIL PENULIS	56



GAMBARAN UMUM *E-COMMERCE*

A. PENGANTAR

Saat ini dunia dihadapkan dengan adanya virus Covid-19 yang mengancam tidak hanya kesehatan masyarakat. Namun juga berdampak bagi sektor ekonomi Negara. Jika pandemi ini tidak segera terselesaikan, ekonomi Indonesia akan masuk dalam jurang resesi. Resesi dalam ekonomi makro diartikan sebagai penurunan aktivitas ekonomi yang signifikan, berlangsung selama berbulan-bulan atau bertahun-tahun. Hal ini diperburuk dengan dikeluarkannya PP Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), menyebabkan menurunnya aktivitas jual beli dan menurunnya jumlah konsumsi masyarakat. Akhirnya banyak perusahaan mengurangi jumlah karyawan karena tidak seimbangnya produksi dan konsumsi.

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya dunia baru yang disebut dunia maya. Di dunia maya, setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain tanpa batasan apapun yang dapat menghalanginya. Globalisasi yang sempurna sebenarnya telah berjalan di dunia maya yang menghubungkan seluruh komunitas digital. Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet,



PROSPEK *E-COMMERCE*

A. SEJARAH PERKEMBANGAN *E-COMMERCE*

Tahun 1962, Licklider melakukan penelaahan (Arifa Pratami) mengenai konsep *networking*. Pada tahun 1962 dari MIT dan riset, Lawrence G. Robert juga melakukan penelaahan (Arifa Pratami) mengenai internet yang dilahirkan dari riset pemerintah AS yang pada awalnya hanya untuk kalangan teknis dilembaga pemerintahan, ilmuan dan penelaahan (Arifa Pratami) akademis. Pada tahun 1970, muncul Electronic Fund Transfer (EFT) yang aplikasinya saat itu terbatas hanya pada perusahaan-perusahaan terkenal. Selanjutnya *Electronic Data Interchange* (EDI) berkembang dari transaksi keuangan ke pemrosesan transaksi lain serta jumlah perusahaan yang berperan bertambah. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ada era 90-an, memunculkan aplikasi *e-commerce* dari berbagai perusahaan sehingga terjadi komersialisasi internet dan pertumbuhan perusahaan *dot-coms*, atau internet *start-ups* yang semakin menjamur.

Awalnya, perdagangan elektronik merupakan aktivitas perdagangan yang hanya memanfaatkan transaksi komersial saja, misalnya mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian secara elektronik. Kemudian



PENERAPAN AKAD DENGAN PRINSIP SYARIAH

A. KONSEP AKAD

Akad adalah suatu pertemuan dan perikatan ijab dan qobul dengan cara yang dibenarkan syara, sebagai pernyataan niat dan kehendak kedua belah pihak atau lebih untuk suatu kegiatan muamalah seperti jual beli, sewa menyewa, perwakilan atau gadai dengan tujuan untuk menetapkan keridhaan kedua belah pihak dan menimbulkan akibat hukum pada objek akad.

Istilah akad berasal dari kata *al-Ahdu* (perjanjian), *ar-Aabthu* (mengikat), *Aqdatun* (sambungan), dan *Al-aqdu* (penguatan). Sehingga akad artinya adalah pertalian *ijab* (pernyataan melakukan ikatan) dan *qabul* (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh pada objek perikatan. Akad menurut etimologi atau bahasa adalah menggabungkan antara ujung sesuatu dan mengikatnya, lawannya adalah *al-hillu* (melepaskan), juga diartikan mengokohkan sesuatu dan memperkuatnya.



KONSEP TINGKAT PENDAPATAN DAN DAYA BELI

A. PENGERTIAN DAYA BELI MASYARAKAT

Pengertian daya beli masyarakat adalah seberapa tinggi tingkat kemampuan konsumen atau masyarakat luas dalam membeli serta mendapatkan barang yang mereka butuhkan.

Berdasarkan kemampuan tersebut, permintaan dibagi menjadi beberapa macam, yaitu:

1. Permintaan efektif: konsumen mampu dan mau membeli suatu produk.
2. Permintaan absolut: konsumen memiliki minat terhadap produk, tapi tidak mampu membelinya.
3. Permintaan potensial: Konsumen bisa saja membeli suatu produk, tapi mereka belum melakukannya.

Daya beli masyarakat adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi penentuan target penjualan bagi para pelaku usaha berskala kecil, menengah ataupun besar.



RUANG LINGKUP *E-COMMERCE*

A. PENERAPAN AKAD SYARIAH PADA PROSPEK *E-COMMERCE* SYARIAH

Hasil penelaahan (Arifa Pratami) menunjukkan bahwa penerapan akad dengan prinsip syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek *e-commerce* syariah pada masa pandemi Covid-19 di Kota Medan yang terlihat dari nilai *t* statistik sebesar 5,297 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan akad dengan prinsip syariah pada jasa layanan *e-commerce*, mampu meningkatkan prospeknya pada masa yang akan datang di Kota Medan. Hal ini dikarenakan masyarakat Kota Medan sangat mengutamakan aspek syariah pada transaksi ekonomi yang dijalankan. Perilaku tersebut menggambarkan pelaksanaan kepatuhan syariah dalam setiap kegiatan ekonomi.

Aspek penerapan akad-akad dengan prinsip syariah pada transaksi ekonomi khususnya pada jasa *e-commerce* syariah, merupakan hal yang sangat penting dan menjadi salah satu fokus utama dari setiap konsumen. Berdasarkan hal tersebut, berbagai *e-commerce* berupaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Berdasarkan penelaahan (Arifa Pratami) yang dilakukan



PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan penelaahan pada akad syariah yang di terapkan pada e-commerce tentunya terdapat beberapa hal yang menjadi poin-poin penting sebagai garis besar pembahasan buku ini yang diantaranya:

1. Penerapan akad dengan prinsip syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek *e-commerce* syariah pada masa pandemi Covid-19 di Kota Medan. Hal ini dikarenakan masyarakat Kota Medan sangat mengutamakan aspek syariah pada transaksi ekonomi yang dijalankan. Perilaku tersebut menggambarkan pelaksanaan kepatuhan syariah dalam setiap kegiatan ekonomi.
2. Tingkat pendapatan masyarakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek *e-commerce* syariah pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. Hal ini diakibatkan oleh adanya gangguan pada tingkat pendapatan masyarakat selama pandemi Covid-19 di Kota Medan. Adanya penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) juga sangat berdampak pada tingkat pendapatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Natour, W. (2019). *Critical Factors in the Development and Introduction of E-commerce: A Global Approach* [Cardiff University].
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.21983.61600>
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelaahan (Arifa Pratami) Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azimah, R. N., Khasanah, I. N., Pratama, R., Azizah, Z., Febriantoro, W., & Purnomo, S. R. S. (2020). Analisis Dampak Covid-19 terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(1), 59–68.
<https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>
- Hasibullah, N. A., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Pengaruh PPN, PPNBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 1(1), 86–101.
- Hernaningsih, F. (2018). Pengaruh Kestabilan Inflasi dan Ketimpangan Pendapatan terhadap Daya Beli Masyarakat. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 8(2).
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). *Electronic commerce: a manager's guide*. Addison-Wesley Professional.

- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2004). *Ekonomi Internasional dan Kebijakan*. Harper Collins Publisher. Ahli Bahasa Faisal H. Basri. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Universitas Diponegoro.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce 2016: business. technology. society. 12th edn, Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., Lwanga, S. K., & Organization, W. H. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. Chichester: Wiley.
- Muhammad, M., Muhammad, M. R., & Khalil, K. M. (2013). *Towards Shari'ah compliant e-commerce transactions: A review of amazon. com*. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 15(9), 1229–1236. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.15.9.11176>
- Nejadirani, F., Behraves, M., & Rasouli, R. (2011). *Developing countries and electronic commerce the case of SMEs*. *World Applied Sciences Journal*, 15(5), 756–764.
- Parinduri, L., Arfah, M., & Sofian, E. (2021). *Analisa Dampak Covid 19 terhadap Produktivitas Pengusaha Sapu Ijuk Desa Medan Sinembah*. *Buletin Utama Teknik*, 17(1), 106–110.
- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). *Analisa Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32–37.
- Ramayanti, W., Sitompul, N., Sulistio, R., Marpaung, M. E., & Zahara, F. (2021). *Perubahan Ekonomi dan Sosial Keagamaan Selama Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Pesisir Pulau Simardan*. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5, 5–11.

- Rosyidi, S. (2006). Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro. Rajawali Pers.
- Savrul, M., Incekara, A., & Sener, S. (2014). *The Potential of E-commerce for SMEs in a Globalizing Business Environment. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 35–45. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.005>
- Situmeang, R. R. (2018). Dampak Bisnis Online dan Lapangan Pekerjaan terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab di Kota Medan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(03), 319–335.
- Sodikin, & Riyono. (2014). Akuntansi Pengantar I. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Sukirno, S. (2017). Ekonomi Pembangunan. Kencana.
- Sukmadinata, N. . (2011). Metode Penelaahan (Arifa Pratami) Pendidikan. Remaja Rosdakarya.
- Thompson, F. M., Tuzovic, S., & Braun, C. (2019). Trustmarks: *Strategies for exploiting their full potential in e-commerce. Business Horizons*, 62(2), 237–247. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.09.004>
- Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2002). *Electronic Commerce 2002 – A Managerial Perspective (Second edition). Prentice Hall.*
- Umam, K., & Utomo, S. B. (2016). Perbankan syariah: dasar-dasar dan dinamika perkembangannya di Indonesia. PT Raja Grafindo Persada.
- Waseem, A., Rashid, Y., Warraich, M. A., Sadiq, I., & Shaukat, Z. (2019). *Factors affecting E-commerce potential of any country using multiple regression analysis. Journal of Internet Banking and Commerce*, 24(3), 1–28.

- Wirdasari, D. (2009). Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis. *Jurnal Saintikom*, 7(2).
- Zainul, N., Osman, F., & Mazlan, S. H. (2004). *E-Commerce from an Islamic perspective. Electronic Commerce Research and Applications*, 3(3), 280–293. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2004.01.002>
- Zuhaili, W. A. (1989). *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuhu*. Dar al-Fikr.
- Zulfadhli, & Desfitrina. (2019). *E-Commerce dan Prospeknya di Era Teknologi 4.0. Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(4), 1–8. <http://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/585>

PROFIL PENULIS

Arifa Pratami, S.E.I., M.E.K



Penulis lahir di Medan, pada tanggal 23 Juli 1992 saat ini bekerja di Universitas Islam Sumatera. Menyelesaikan studi S1 di Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara (IAIN-SU) pada bidang ilmu Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah, kemudian melanjutkan studi S2 di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta pada bidang Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Salah satu karya ilmiah yang telah diterbitkan yang berjudul *8th International Conference Multidisciplinary Research (ICMR) 2019* pada *Effect Of Economic Growth In Moderating The Relationship Of Rupiah Exchange Rate Eith Financing Of Islamic Banking In Indonesia 2010-2017* di Universitas Sains Islam Malaysia 2019.

Dr. Abdul Rahman, Lc., S.E., M.A



Penulis lahir di Medan tanggal 12 Desember 1974, dari sepasang suami istri perantauan (Alm. H. Sofyan dan Almh. Hj. Fatimah yang berasal dari tanah Minangkabau Sumatera Barat tepatnya di Dusun Kota Tuo, Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota. Penulis mendapat gelar Strata-1 di Universitas Al-Azhar, Mesir, Jurusan Syariah Islamiyah pada tahun 1998. Pada tahun 2003 ia memperoleh gelar Strata-2 pada jurusan Ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri Medan Sumatera Utara. Dalam Upaya Linierisasi disiplin ilmu ia pun menempuh jurusan Ekonomi Pembangunan di Universitas Tjut Nyak Dhien dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi tahun 2006,

dan tahun 2017 mendapat gelar Doktor Pendidikan Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Ia berkiprah sebagai tenaga pendidik baik di tingkat sekolah dan perguruan tinggi di Kota Medan (Program Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah STAI Hikmatul Fadhillah: Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara/UINSU; Fakultas Agama Islam, Program Studi Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara/UMSU; Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Sumatera Utara/UISU; dan Politeknik Medan/POLMED. Beberapa karya tulisnya, yaitu: “Apa Kriteria Pemimpin”, “Bencana Alam”, “Berbakti pada Orang Tua”, “Manasik Haji”, “Bulan Muharram”, “Etos Kerja”, “Faraid”, “Filosofis Tahun Baru Hijriah”, “Fiqh, Haji dan Umrah”, “Hilangnya Kekuatan Muslimin”, “Hukum Fiqh”, “Ikhtilaf Kiblat”, “Israf”, “Ketenangan Setelah Kematian”, “Larangan bagi Shahibul Qurban”, “Menyadari Kiamat Telah Dekat”, “Model Pendidikan Terpadu”, “Muhasabah Idul Adha”, “Pembinaan Karakter”, “Pemimpin dan Penguasa”, “Perkara yang Baik Diperbolehkan dan yang Khabais Diharamkan”, “Permata yang Hilang”, “Pesan Rasulullah SAW. Akan Didikan Ramadhan”, “Qurban”, “Saatnya Ulama Berperan Aktif”, “Sejarah Pelajaran yang Bermanfaat”, “Setan Manusia dan Manusia Setan”, “Tanda Sebuah Negeri yang Mendapat Murka Allah SWT”, “Baca Tulis Quran Sistem 3 Jam”, dan lain-lain.

Muhammad Hadi



Penulis lahir di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur dan Berasal dari Kota Parepare, Sulawesi Selatan pada tanggal 20 Juni 1996 saat ini merupakan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Sumatera Utara.

Penulis Merupakan Tamatan Dari Sekolah Menengah Atas Parepare dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Alam. Salah Satu Karya Tulis Yang pernah diterbitkan adalah Peran Komunikasi Bisnis Islam Dalam Peningkatan Penjualan *E-Commerce* Syariah Di Kota Medan pada *Journal Syari'ah and Accounting Public* Universitas Muhammadiyah Gorontalo tahun 2022

Prospek E-COMMERCE SYARIAH MASA PANDEMI COVID-19

Dunia dihadapkan dengan adanya virus Covid-19 yang mengancam tidak hanya kesehatan masyarakat. Hal ini juga berdampak bagi sektor ekonomi Negara. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), menyebabkan menurunnya aktivitas jual beli dan menurunnya jumlah konsumsi masyarakat.

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di masa pandemi seperti saat ini dan tidak dipungkiri pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsi serta cara berjualan dan berbelanja. Meningkatnya penyedia dan pengguna membuat beberapa perusahaan *e-commerce* untuk terus berinovasi, salah satunya dengan menyediakan layanan *e-commerce* berbasis syariah seperti Tokopedia Salam, Shopee Berkah dan Lazada Amanah. Prospek *e-commerce* syariah pada masa pandemi Covid-19 dengan analisis *Partial Least Square* (PLS) dan model *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil penelaahan (Arifa Pratami) menyimpulkan bahwa selama pandemi Covid-19, variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek *e-commerce* syariah yaitu penerapan akad dengan prinsip syariah. Variabel tingkat pendapatan dan daya beli masyarakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prospek *e-commerce* syariah pada masa pandemi Covid-19 di Kota Medan.