ABSTRAK

Dzarin : **Penerapan E-Commerce pada Usaha Kecil dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung**

Perkembangan teknologi informatika yang semakin canggih menjadikan segala sesuatu tidak harus saling bertemu, misalnya dalam hal jual beli barang, tidak perlu mempertemukan antara penjual dengan pembeli. Di dalam Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Penerapan *e-Commerce* oleh usaha kecil (*Small Business*) memiliki potensi dan prospek yang cukup menjanjikan bagi pertumbuhan ekonomi di kota Bandung, sebab di masa mendatang kultur belanja online akan semakin menunjukkan tren perkembangan positif.

Berdasarkan batasan masalah di atas dirumuskan permasalahan penelitian, proses penerapan E-Commerce Usaha kecil, pengaruh penerapan E-Commerce terhadap pertumbuhan ekonomi, dan faktor-faktor yang mendukung pengaruh penerapan E-Commerce pada usaha kecil terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung. Maka tujuan penelitian yang dikehendaki peneliti, yakni menganalisa efektivitas penerapan *E-commerce* Usaha kecil, menganalisa bagaimana penerapan *E-commerce* Usaha Kecil dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, dan menganalisa faktor-faktor yang mendukung pengaruh penerapan E-Commerce pada usaha kecil terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung.

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji hipotesis bahwa penerapan *E-Commerce* oleh Usaha kecil dapat memacu pertumbuhan dengan adanya pertambahan skala usaha sehingga dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Penelitian difokuskan pada hipotesis: penerapan *E-Commerce* Usaha Kecil mempunyai pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung. Semakin besar nilai inovasi sebuah usaha kecil maka akan semakin besar nilai pertumbuhan ekonomi.

Dalam perspektif Islam, apabila *e-commerce* dipandang seperti perdagangan dalam Islam, maka dapat dianalogikan bahwa *pertama,* penjualnya adalah *merchant* (*Internet Service Provider*), sedangkan pembelinya ialah *customer*. *Kedua*, objek adalah barang dan jasa yang ditawarkan (adanya pemesanan seperti *as-salam*) dengan berbagai informasi, profile, mencantumkan harga, terlihat gambar barang, serta resminya perusahaan. Ketiga, *Sighat* (*ijab-qabul*) dilakukan dengan *payment gateway* yaitu *system*/*software* pendukung (otoritas dan monitor) bagi *acquirer*, serta berguna untuk *service online*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis statistik deskriptif. Teknik deskriptif kuantitatif ini dipakai hanya melukiskan secara sistematis faktor karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat sebagaimana yang sudah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan yang diperoleh, bahwa 1). jumlah unit usaha kecil di Bandung yang memanfaatkan penerapan E-Commerce masih dibilang belum efektif digunakan untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi, yang dapat dilihat dari jumlah usaha kecil beromzet 100.000.000 masih mengandalkan pemasaran melalui jaringan secara manual dan tidak dioptimalkan secara baik; 2). Beberapa perusahaan kecil yang mengoptimalkan penerapan E-Commerce oleh usaha kecil dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan secara signifikan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi secara signifikan; dan 3). Terdapat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi yaitu tumbuhnya perusahaan kecil yang dikelola oleh komunitas dengan mengoptimalkan e-commerce secara professional.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG