

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Kesejahteraan merupakan titik ukur bagi suatu masyarakat bahwa telah berada pada kondisi sejahtera. Salah satu faktor tolak ukur kesejahteraan tersebut adalah keadaan ekonomi<sup>1</sup> Kesejahteraan merupakan tujuan dari seluruh keluarga. Kesejahteraan diartikan sebagai kemampuan keluarga untuk memenuhi semua kebutuhan untuk bisa hidup layak, sehat, dan produktif. Berdasarkan data BPS, masih terdapat sekitar 28 juta orang atau 10,8% penduduk yang tinggal di bawah garis kemiskinan atau mereka yang tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi semua kebutuhan pokoknya.



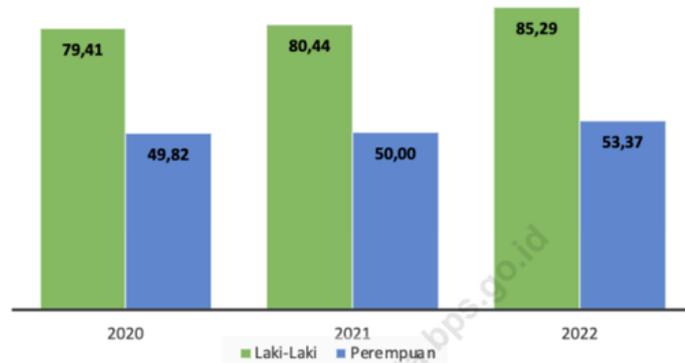
Gambar 1 Data Kemiskinan di Kota Bandung

Dikutip dari laman BPS, garis kemiskinan merupakan besaran pengeluaran minimum yang diperlukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan pokok hidupnya selama sebulan, baik kebutuhan makanan maupun non-makanan. Tren garis kemiskinan di Kota Bandung sendiri terus meningkat setiap tahun, seiring dengan peningkatan harga barang setiap tahunnya akibat inflasi. Di tahun 2022 garis kemiskinan penduduk Kota Bandung mencapai Rp.545.675. Itu artinya, setiap penduduk yang pengeluaran per bulannya kurang dari angka tersebut dikategorikan sebagai penduduk miskin. Menurut Nuscheler dalam Munkner (2001), penyebab utama kemiskinan dalam bentuk lingkaran-lingkaran kemiskinan yang terdiri dari tiga pola yang tidak ada ujungnya. adanya keterbelakangan, ketidaksempumaan pasar, dan kurangnya modal menyebabkan rendahnya produktifitas. Rendahnya produktivitasnya mengakibatkan rendahnya pendapatan yang mereka terima. Rendahnya pendapatan akan

<sup>1</sup> Mulia & Saputra. " Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kota Padang." Jurnal El-Riyasah, Volume 11 Nomor 1 Tahun 2020.

berimplikasi pada rendahnya tabungan dan investasi. Rendahnya investasi berakibat pada keterbelakangan, dan seterusnya<sup>2</sup>

**Grafik 8. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Menurut Jenis Kelamin di Kota Bandung 2020-2022 (persen)**



Sumber: Kota Bandung Dalam Angka 2021-2023

Gambar 2 Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu penyebab kemiskinan adalah rendahnya produktifitas. Namun, data dari Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa perempuan memiliki tingkat produktifitas yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, padahal, jika perempuan ikut diberdayakan dalam hal produktifitas maka, pendapatan pun akan meningkat sehingga Tabungan dan investasi pun akan meningkat sehingga berdampak pada kesejahteraan ekonomi yang semakin meningkat. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa TPAK laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Pada tahun 2022, TPAK laki-laki sebesar 85,29 persen sedangkan TPAK perempuan sebesar 53,37 persen Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki masih mendominasi dalam aktivitas bekerja atau usaha ekonomi, sedangkan partisipasi perempuan masih sangat rendah dalam kegiatan ekonomi.

Hal ini membuktikan bahwa kesempatan dan syarat-syarat bagi Perempuan untuk berkarir masih lebih sedikit dibandingkan kesempatan bekerja untuk laki-laki, ada beberapa pilihan bagi Perempuan untuk mendapatkan pekerjaan namun tanpa syarat dan ketentuan yang memberatkan, misalnya membangun usaha sendiri, menjadi *content creator*, menjadi *youtuber*, dan menjadi *affiliator*. Beberapa pilihan pekerjaan tersebut tidak memerlukan ijazah, tidak ada larangan menikah, dan bagi para wanita jika memilih pekerjaan tersebut masih sangat bisa mengutamakan keluarga namun tetap berdampak pada kesejahteraan ekonomi bagi keluarganya yang tentunya hal ini akan berdampak pada kesejahteraan ekonomi suatu daerah.

<sup>2</sup> Yulianto Kadji. "Kemiskinan Dan Konsep Teoritisnya"

Di tengah dinamika kehidupan modern, banyak perempuan menghadapi dilema antara keinginan untuk berkarir dan kebutuhan untuk mengurus rumah tangga. Sebagai seorang perempuan yang bercita-cita untuk menjadi ibu rumah tangga yang hadir secara penuh untuk keluarga namun tetap ingin berkontribusi secara finansial, muncul kebutuhan untuk menemukan keseimbangan antara peran domestik dan penghasilan. Tantangan ini mengangkat persoalan penting tentang bagaimana mengintegrasikan peran ibu rumah tangga dengan kegiatan yang mendatangkan pendapatan, menciptakan dorongan bagi perempuan tersebut untuk menjelajahi peluang bisnis yang memungkinkan untuk dijalankan secara fleksibel dari rumah. Dengan memahami kebutuhan pribadi dan mengidentifikasi peluang yang sesuai, langkah awal membangun bisnis menjadi langkah logis dalam memenuhi tujuan personal dan finansial secara seimbang<sup>3</sup>.

Sebagai penguat alasan peneliti memilih penelitian ini, peneliti melakukan mini survey kepada 10 *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung mengenai kondisi ekonomi mereka, ada 3 wanita muslim yang sudah menikah, 6 masih berstatus lajang, dan 1 orang adalah wanita muslimah yang berstatus *single parent* (dikarenakan suami meninggal). Kondisi ekonomi mereka rata-rata tergolong menengah, namun 4 dari 10 cenderung tidak stabil, namun setelah mengikuti program *Shopee Affiliate*, perekonomian mereka lebih baik, bahkan 1 responden yang *single parent* ini menceritakan bahwa dia merasa sangat beruntung telah merintis *shopee affiliator* dari dahulu sebelum suaminya tiada, karena *shopee affiliator* menjadi salah satu yang membuat perekonomian beliau cukup bahkan sekarang sudah masuk kategori menengah ke atas. Bukti lain menunjukkan bahwa beberapa wanita yang sudah menikah ini awalnya tidak mempunyai dana untuk “bersenang-senang” seperti menikmati waktu di *café*, belanja *make up*, dan lain sebagainya, namun dengan adanya *shopee affiliate* ini, para wanita yang sudah menikah dan tidak bekerja tetap bisa memiliki peran dalam ekonomi rumah tangga mereka, tanpa perlu meninggalkan kewajiban utamanya yaitu menjadi istri dan ibu rumah tangga.

Kesejahteraan ekonomi di Kota Bandung merupakan salah satu fokus utama dalam pembangunan daerah, mengingat posisinya sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat dan salah satu kota terbesar di Indonesia. Sebagai pusat ekonomi dan budaya, Bandung memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian regional dan nasional. Masalah kesejahteraan ekonomi di Kota Bandung mencerminkan berbagai tantangan yang dihadapi kota ini dalam mencapai pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan misalnya, seperti Pengangguran yang

---

<sup>3</sup> Ana Ramadhayanti. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Affiliate Marketing Terhadap Volume Penjualan.” *Al-Kalam* 8, no. 1 (2021): 97–98.

dengan kurangnya lapangan kerja.: Pertumbuhan populasi yang cepat tidak diimbangi dengan penciptaan lapangan kerja yang memadai. Hal ini menyebabkan tingginya tingkat pengangguran, terutama di kalangan lulusan muda. Salah satu misi Pemerintah Kota Bandung seperti yang tercakup dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2018-2023 adalah membangun perekonomian yang mandiri, kokoh, dan berkeadilan. Salah satu sasaran dalam pembangunan Kota Bandung adalah meningkatkan kesempatan kerja.

Salah satu masalah yg mempengaruhi tingkat kesejahteraan ekonomi, yaitu, adalah Pendidikan.<sup>4</sup>

**Tabel 3.3** Persentase Penduduk Berumur 7-23 Tahun menurut Karakteristik dan Status Pendidikan, 2023

Karakteristik	Tidak/belum pernah bersekolah	Masih Bersekolah			Tidak bersekolah lagi	Jumlah
		SD/ sederajat	SMP/ sederajat	SMA/ ke atas		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<b>Jenis Kelamin</b>						
Laki-laki	NA	26,91	16,98	30,00	25,61	100,00
Perempuan	-	28,96	17,05	27,49	26,50	100,00
<b>Kelompok Pengeluaran</b>						
40 Persen Terbawah	NA	32,08	18,86	23,65	24,88	100,00
40 Persen Tengah	-	25,50	16,01	30,27	28,21	100,00
20 Persen Teratas	-	20,70	13,62	41,00	24,68	100,00
<b>Kota Bandung</b>	<b>NA</b>	<b>27,93</b>	<b>17,02</b>	<b>28,74</b>	<b>26,05</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret

Gambar 3 Persentase Penduduk Berumur 7-13 Tahun

Meskipun ada banyak institusi pendidikan unggulan, akses terhadap pendidikan berkualitas masih belum merata. Masyarakat yang tinggal di daerah pinggiran atau yang berasal dari kelompok ekonomi lemah sering kali kesulitan mengakses pendidikan berkualitas. Keterbatasan ini dapat berdampak pada peluang mereka untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan ekonomi kondisi ini didukung dengan data yang dilampirkan oleh Badan Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Bandung Volume III, 2023. Krisis kesejahteraan ekonomi di Kota Bandung mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh pemerintah dan masyarakat dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Meskipun Bandung

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Kesejahteraan Rakyat 2023. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

dikenal sebagai kota dengan potensi ekonomi yang besar, berbagai masalah struktural dan eksternal telah menciptakan hambatan yang signifikan.

Untuk membuat seluruh warga Bandung khususnya Perempuan memiliki Pendidikan yang tinggi adalah hal yang sangat sulit, namun, Kesejahteraan ekonomi tetap harus ditingkatkan. Menjadi *affiliator* dan membangun bisnis dengan memanfaatkan *social media marketing* adalah salah satu solusi untuk meningkatkan produktifitas sehingga pendapatan meningkat dan diikuti dengan kesejahteraan ekonomi yang meningkat tanpa memandang status Pendidikan.

Dalam mencari solusi yang dapat menyatukan kedua hal ini, terdorong untuk membangun sebuah bisnis yang tidak hanya memungkinkan dia untuk bekerja dari rumah dan memiliki fleksibilitas waktu, tetapi juga memberikan kesempatan untuk mengasah kemampuan dan minatnya. Keinginan untuk mencapai kemandirian finansial tanpa harus meninggalkan tanggung jawab sebagai ibu rumah tangga menjadi alasan utama yang mendorongnya untuk memulai perjalanan sebagai seorang wirausahawan. Bisnis yang dibangun tidak hanya mencerminkan passion dan keahliannya tetapi juga membawa dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar, sejalan dengan nilai dan aspirasinya sebagai seorang perempuan dan ibu di era modern<sup>5</sup>.

Di era modern ini, platform *e-commerce* cenderung lebih banyak digunakan oleh para kaum Perempuan, dari awal mula menggunakan *e-commerce* hanya sebagai konsumen seiring berkembangnya system pada berbagai *platform e-commerce* terbukalah berbagai kesempatan para Perempuan yang hanya menjadi konsumen kini dapat bertransformasi menjadi peluang bisnis yang menguntungkan melalui platform seperti *Shopee Affiliate*. Wanita dengan kecenderungan ini dapat memanfaatkan pengalaman dan pengetahuan mereka tentang produk untuk merekomendasikan pilihan terbaik kepada orang lain, mendapatkan komisi atas setiap pembelian yang terjadi melalui link afiliasi mereka.

Kemampuan wanita untuk mendirikan bisnis sambil menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga telah menjadi fokus penelitian dan diskusi yang intensif di kalangan akademisi, praktisi bisnis, dan para ahli pengembangan diri. Pendekatan multidisipliner ini telah menghasilkan berbagai temuan yang menunjukkan bahwa wanita tidak hanya mampu menjalankan kedua peran ini secara simultan tetapi juga sering kali dapat mengintegrasikan keduanya dengan cara yang saling menguntungkan.

---

<sup>5</sup> Maharani, Shinta & Miftahul Ulum, "Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia", Conference on Islam Studies (CoIS) 2019.

Pendapat para ahli dan teori ilmiah ini secara konsisten menunjukkan bahwa, dengan dukungan yang tepat, strategi manajemen waktu yang efektif, dan pemanfaatan teknologi, wanita tidak hanya mampu mendirikan dan mengelola bisnis mereka sendiri tetapi juga dapat menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga dengan sukses. Ini menandai pergeseran penting dalam pemahaman kita tentang kapasitas dan potensi wanita dalam dunia bisnis dan keluarga<sup>6</sup>.

Dalam era digital saat ini, wanita rumah tangga memiliki peluang yang semakin luas untuk tidak hanya mengurus rumah tangga tetapi juga menjalankan bisnis dan mendalami bidang seperti affiliate marketing. Menurut teori Role Strain, individu mungkin merasa tertekan ketika harus memenuhi berbagai peran sosial secara simultan. Namun, dengan perkembangan teknologi informasi, banyak wanita rumah tangga berhasil mengubah tekanan ini menjadi peluang, menggunakan waktu fleksibel mereka untuk membangun bisnis dari rumah. Pendapat ahli seperti Adam Alter, penulis "*Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*", menunjukkan bahwa teknologi digital telah memudahkan untuk menjalankan bisnis online dan pemasaran afiliasi, memanfaatkan platform seperti *Shopee Affiliate* dan strategi *Social Media Marketing* lainnya.

*Shopee Affiliate*, misalnya, memungkinkan para wanita rumah tangga untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk melalui platform media sosial mereka, blog, atau situs web tanpa harus memiliki produk fisik. Ini menawarkan sebuah metode yang relatif rendah risiko untuk memulai bisnis. Selanjutnya, penerapan strategi *Social Media Marketing* yang efektif dapat meningkatkan visibilitas<sup>7</sup> produk atau layanan yang mereka promosikan, sehingga meningkatkan potensi penjualan.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Anita Wulandari, Moh. Bahrudin, Evi Ekawati. Pengaruh Partisipasi Angkatan Kerja, Pendapatan Pajak Daerah, dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Pandemi Covid-19 Dengan Islamic Human Development, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 6, Spesial Issue No. 1, November 2021, hal. 179-187.

<sup>7</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Alfabeta, Bandung, 2008

<sup>8</sup> Afiah, N. Nunuy, 2009. Beberapa peran kewirausahaan dalam mengatasi tantangan di UMKM.



Gambar 4 Pengunjung Shopee 2024 Sumber: SimilarWeb

Pemilihan Penelitian mengenai program *Affiliate* ini jatuh kepada Shopee dikarenakan jumlah kunjungan Situs E-Commerce terbesar dan tertinggi periode Februari 2024 berdasarkan data di SimilarWeb jatuh kepada Shopee.

Penelitian dalam bidang ekonomi dan psikologi konsumen menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital, ketika diterapkan dengan efektif, dapat mempengaruhi perilaku belanja online dengan meningkatkan kesadaran merek dan kemudahan akses terhadap produk atau layanan. Dengan demikian, wanita rumah tangga yang menguasai alat dan strategi ini tidak hanya dapat berkontribusi pada penghasilan keluarga tetapi juga mengembangkan kepuasan pribadi dan pengakuan profesional. Kesuksesan dalam bidang ini dapat membawa dampak positif tidak hanya secara finansial tetapi juga dalam peningkatan rasa harga diri dan kepercayaan diri sebagai akibat dari pencapaian profesional.

Jadi, kombinasi antara penggunaan waktu yang fleksibel oleh wanita rumah tangga, pemanfaatan teknologi digital, dan platform seperti *Shopee Affiliate* menawarkan peluang yang signifikan untuk meningkatkan penjualan dan membangun bisnis yang sukses. Dukungan untuk pembelajaran dan pengembangan keterampilan dalam *Social Media Marketing* dan affiliate marketing dapat memperkuat posisi wanita rumah tangga dalam ekonomi digital, sekaligus memperkaya kontribusi mereka bagi keluarga dan masyarakat luas.

Wanita sebagai ibu rumah tangga sering memiliki waktu yang terbatas untuk menjalankan bisnis sambil mengurus rumah tangga. Namun, fenomena *Social Media Marketing* dan program affiliate seperti *Shopee Affiliate* telah membuka peluang baru bagi wanita ini untuk menciptakan bisnis online yang sukses. Teori resourcefulness dan time-management mendukung ide bahwa wanita memiliki kemampuan yang luar biasa untuk membuat bisnis saat berada di rumah tangga. Ahli psikologi sosial Carol Gilligan menekankan

nilai kerja kolaboratif dan kontribusi wanita dalam mengembangkan kreativitas dan konsep hubungan yang sehat.

Peran *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* dalam peningkatan penjualan sangat signifikan. Program afiliasi Shopee memungkinkan wanita memanfaatkan jaringan digital untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan melalui kolaborasi dengan platform e-commerce terkemuka. Prinsip *Social Media Marketing* yang mendasari penggunaan strategi online seperti SEO, sosial media, dan kampanye iklan memberikan wanita akses ke pasar yang lebih besar dan potensi keuntungan yang lebih tinggi.

Dengan demikian, kesempatan bagi wanita sebagai ibu rumah tangga untuk terlibat dalam bisnis online melalui *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing*, memberikan landasan yang kokoh bagi peningkatan penjualan dan pemberdayaan ekonomi mereka. Dengan kemampuan multitasking, kreativitas, dan sumber daya yang unik, wanita memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku bisnis yang sukses di era digital ini.

Argumen kuat mengenai pengaruh positif dari *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* terhadap peningkatan penjualan produk terletak pada kemampuan mereka untuk meningkatkan visibilitas produk, menarik perhatian konsumen, membangun kepercayaan, dan mempengaruhi keputusan pembelian melalui strategi yang ditargetkan dan personalisasi konten. Dengan demikian, pemasaran digital tidak hanya esensial untuk bertahan dalam pasar yang kompetitif tetapi juga vital untuk pertumbuhan dan ekspansi bisnis.

Dalam Islam, prinsip-prinsip ekonomi dan bisnis yang dilaksanakan oleh umat Muslim harus selaras dengan nilai-nilai dan ajaran yang terkandung dalam Al-Quran dan Hadits. Terkait praktik *affiliate marketing*, meskipun tidak secara eksplisit disebutkan dalam sumber-sumber utama Islam, prinsip-prinsip yang mendasarinya dapat dinilai melalui kaca mata syariah berdasarkan prinsip-prinsip umum yang berlaku.

Dalam Al-Quran, terdapat ayat yang menekankan pentingnya keadilan, transparansi, dan menghindari penipuan dalam setiap transaksi. Allah berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu." (QS. An-Nisa [4]:29). Ayat ini menegaskan pentingnya kesepakatan yang adil dan transparan antara semua pihak dalam transaksi.

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa perdagangan yang telah disepakat antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli), tanpa ada paksaan, transparan, dan jujur adalah diperbolehkan, begitupun dengan system *affiliate*, yang sudah jelas pembagian komisinya dari awal antara penjual, affiliator dan *e-commerce*.

Dari sisi Hadits, Rasulullah SAW menekankan pentingnya kejujuran dan kepercayaan dalam bisnis. Dari Hakim bin Hizam, Rasulullah SAW bersabda,

أَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهَا

*Al-aşlu fī al-mu'āmalāti al-ibāḥatu ḥattā yadulla ad-dalīlu alā taḥrīmihā*

Dan ada juga Kaidah Fiqih Mu'amalah yang berbunyi:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

*Lā ḍarara wa lā ḍirār*

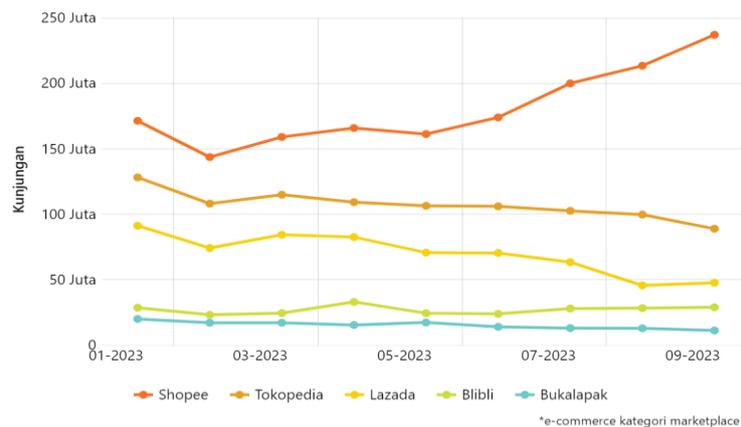
Kedua Kaidah Fiqh Mu'amalah tersebut memiliki makna yang kurang lebih dapat diartikan seperti berikut ini:

"Penjual dan pembeli berhak memilih selama mereka belum berpisah; jika mereka berdua jujur dan menyatakan (kondisi barang), maka transaksi mereka akan `diberkahi. Jika mereka menyembunyikan fakta dan berbohong, maka keberkahan transaksi mereka akan dihapus." (HR. Bukhari dan Muslim). Hadits ini menunjukkan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam setiap aspek bisnis, termasuk dalam praktik *affiliate marketing*.

Berdasarkan prinsip-prinsip ini, praktik *affiliate marketing* dalam Islam dapat dilihat sebagai halal dan diperbolehkan selama memenuhi kriteria-kriteria berikut: transaksi dilakukan atas dasar suka sama suka, tidak ada unsur penipuan atau informasi yang disembunyikan tentang produk atau layanan, dan produk atau layanan yang dipromosikan adalah halal dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Dengan demikian, pandangan tentang *affiliate marketing* dalam Islam harus mengacu pada prinsip keadilan, transparansi, dan promosi produk atau layanan yang halal. Selama aktivitas *affiliate marketing* mematuhi prinsip-prinsip ini, maka ia dianggap sesuai dengan ajaran Islam dan dapat menjadi cara yang etis bagi Muslim untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. Data lain yang mendukung peneliti memilih aplikasi *Shopee* dalam penelitian ini adalah karena aplikasi *Shopee* menduduki peringkat pertama di Indonesia dan mengalahkan banyak *e-commerce* lain selama beberapa tahun terakhir, khususnya tahun 2023-2024, berikut adalah grafiknya:

### Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)\*



Gambar 5 Jumlah Kunjungan Situs E-Commerce

Berdasarkan data dari Similarweb, Shopee kini menjadi situs e-commerce kategori marketplace dengan jumlah pengunjung terbesar di Indonesia. Pada bulan September 2023, Shopee mencatatkan rekor dengan menerima 237 juta kunjungan, menunjukkan peningkatan sebesar 38% dari awal tahun. Pertumbuhan yang signifikan ini jauh mengungguli para pesaing utamanya, seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Pada periode yang sama, situs Tokopedia mengalami penurunan sebesar 31%, sementara Lazada merosot 48%, Blibli mengalami kenaikan tipis sebesar 1%, dan Bukalapak mengalami penurunan sebesar 44%. Meskipun demikian, menurut laporan riset dari Katadata Insight Center (KIC), sebagian besar masyarakat Indonesia belum aktif menggunakan layanan e-commerce. Dari total penduduk, hanya 33,4% yang merupakan pengguna aktif e-commerce, sementara mayoritas penduduk, sebesar 49,6%, termasuk dalam kategori non-pengguna e-commerce. Dalam konteks ini, KIC menekankan bahwa saluran penjualan online tidak boleh menjadi satu-satunya fokus dalam berbisnis di Indonesia. Meskipun penting dalam era digital, pemimpin pasar adalah mereka yang memiliki akar kuat di saluran offline, menurut analisis tim KIC.

Data tersebut inilah yang menjadi alasan saya memilih lebih spesifik aplikasi e-commerce yang akan saya teliti, yaitu aplikasi Shopee. Dengan adanya data yang menyatakan bahwa pengguna aplikasi Shopee jauh lebih banyak dibandingkan aplikasi *e-commerce* lainnya, maka jika dilihat dari sudut pandang strategi pemasaran, tim marketing shopee telah berhasil membuat strategi pemasaran yang luar biasa.

Dengan demikian, sinergi antara program *Shopee Affiliate*, pembuat konten, dan pengelolaan media sosial membentuk ekosistem yang tidak hanya meningkatkan dinamika pasar melalui peningkatan visibilitas dan penjualan tapi juga berdampak langsung pada kesejahteraan sosial melalui pembukaan peluang, pendidikan, dan pemberdayaan. Ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran digital modern dan teknologi dapat digunakan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penelitian ini layak untuk dikaji dengan judul Pengaruh *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.

---

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat Pengaruh Program *Shopee Affiliate* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung?
3. Apakah terdapat Pengaruh Program *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana yang terdapat dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Program *Shopee Affiliate* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Program *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.

## D. Manfaat Penelitian

Berkaitan dengan manfaatnya, penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis yang substansial:

### 1. Secara Teoretis:

- a. **Pengayaan Pengetahuan:** Penelitian ini akan memperkaya keragaman pengetahuan di ranah pendidikan, terutama terkait dengan konsepsi tentang kinerja, komitmen organisasi, dan produktivitas. Dengan membawa perspektif baru dan dalam, penelitian ini berpotensi memperluas cakupan pengetahuan yang ada.
- b. **Kontribusi sebagai Referensi Ilmiah:** Secara konseptual, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penting dan kontribusi berharga dalam ranah akademik, memberikan bahan acuan yang berharga untuk kajian ilmiah mengenai kinerja, komitmen organisasi, dan produktivitas.

### 2. Secara Praktis:

- a. **Rekomendasi Strategis untuk Lembaga:** Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang praktis dan rekomendasi strategis kepada lembaga terkait, terutama dalam mengembangkan cara pemasaran terkini untuk mempertahankan dan meningkatkan program *Shopee Affiliate* serta pemasaran melalui media sosial. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan peningkatan akses pasar dan kesejahteraan umat yang optimal.
- b. **Sumber Pembelajaran di Akademisi:** Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber bacaan yang bernilai tambah dalam domain manajemen pendidikan. Diharapkan pengetahuan yang diperoleh dari penelitian ini dapat membantu memperkaya proses pembelajaran dan pengembangan keahlian di bidang manajemen pendidikan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berpotensi untuk memperluas pemahaman teoritis dalam pendidikan, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi lembaga dan akademisi dalam menghadapi tantangan pemasaran modern dan pengembangan pendidikan.

## E. Kerangka Pemikiran

### 1. Pengaruh *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung

Menurut (Oktaviani & Rustandi, 2018), digital marketing merupakan sarana strategis untuk meningkatkan merek produk atau jasa. Digital marketing terdiri dari beberapa sub-tipe

aktivitas, diantaranya yaitu *Affiliate Marketing* dan *Social Media Marketing* (SMM)<sup>9</sup>. Faktor *affiliate* dan *social media marketing* jika dikombinasikan dalam penggunaan yang tepat akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi pada seseorang, jika setiap individu dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi maka kondisi kesejahteraan ekonomi di suatu daerah tersebut pun akan ikut meningkat. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil penelitian dari Andi Aisyah, Sukma Nia, Yulianti, dan Aini Indrijawati yang berjudul *Digital Marketing (Social Media Marketing)* dan Kesejahteraan Ekonomi bagi Pattennung Sabbe Desa Pakkanna Kabupaten Wajo, penelitian tersebut menunjukkan hasil tingkat pengetahuan masyarakat penenun di Desa Pakkanna terhadap *digital marketing* dan *social media marketing* masih kurang sehingga pertumbuhan ekonomi di pasar konvensional termasuk lambat dan membuat perekonomian masyarakat penenun tidak mengalami peningkatan<sup>10</sup>.

Interaksi antara *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* (SMM) memiliki potensi untuk saling memperkuat dan memberikan keuntungan yang substansial bagi kedua strategi pemasaran tersebut. Sinergi antara *Shopee Affiliate* dan SMM, pemanfaatan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, atau Twitter oleh para afiliasi dapat meningkatkan efektivitas kampanye *Shopee Affiliate* dengan mempromosikan produk Shopee melalui konten menarik, ulasan, dan tautan afiliasi. Sebaliknya, Shopee dapat memanfaatkan platform SMM untuk memperluas jaringan afiliasi mereka dengan membagikan konten promosi kepada pengguna yang tertarik, sehingga menarik lebih banyak afiliasi untuk mempromosikan produk mereka. Dengan demikian, kolaborasi antara *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* memiliki potensi untuk memberikan manfaat yang saling melengkapi dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran secara keseluruhan dan akan sangat berdampak bagi peningkatan Kesejahteraan Ekonomi di suatu daerah.

Menurut Zainudin Ali<sup>11</sup>, dimensi Kesejahteraan Ekonomi ada 2, yaitu:

a. Kesejahteraan Ekonomi Mikro

Kesejahteraan ekonomi mikro adalah cabang ilmu ekonomi yang menggunakan teknik ekonomi mikro untuk mengevaluasi kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Ekonomi mikro adalah ilmu yang mempelajari kegiatan ekonomi dari produsen dan konsumen dalam mengalokasikan sumber daya produksi. Ekonomi mikro

---

<sup>9</sup> Bala & Verma, 2018; Piñeiro-Otero & Martínez-Rolán, 2016; Prihadini et al., 2020

<sup>10</sup> Andi Aisyah / *Digital Marketing dan Kesejahteraan Ekonomi bagi Pattennung Sabbe Desa Pakkanna Kabupaten Wajo* Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, Vol. 6, No. 1, 2022, pp. 26-34

<sup>11</sup> Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), p. 107

membahas perilaku ekonomi dalam lingkup individu, rumah tangga, perusahaan, dan pasar. Pembahasannya meliputi pemanfaatan sumber daya ekonomi bagi kehidupan masyarakat serta perilaku produsen dan konsumen dalam melakukan interaksi di pasar.

Kesejahteraan ekonomi berarti masyarakat telah memenuhi kebutuhan dasar untuk bertahan hidup dan memiliki pendapatan serta aset yang berkelanjutan sehingga mereka dapat sejahtera. Ekonomi kesejahteraan mencari keadaan ekonomi yang akan menciptakan tingkat kepuasan sosial tertinggi secara keseluruhan di antara para anggotanya.

#### b. Kesejahteraan Ekonomi Makro

Kesejahteraan ekonomi makro adalah studi tentang kesejahteraan ekonomi secara menyeluruh di suatu negara. Ini mencakup aspek-aspek seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, pengangguran, investasi, dan perdagangan luar negeri. Ekonomi makro juga menjelaskan perubahan dan kondisi ekonomi yang terjadi di masyarakat luas, pasar, maupun perusahaan. Ekonomi makro sering kali digunakan sebagai instrumen analisis untuk merancang berbagai kebijakan, seperti kebijakan makroekonomi.

Kebijakan makro ekonomi adalah bentuk kebijakan yang diambil oleh pemerintah suatu Negara yang pada prinsipnya bertujuan untuk menstabilkan perekonomian dan menciptakan pertumbuhan ekonomi ke arah yang positif. Ekonomi makro berupaya mengukur seberapa baik kinerja ekonomi, memahami kekuatan apa yang mendorongnya, dan memproyeksikan bagaimana kinerja dapat ditingkatkan.

## 2. Pengaruh *Shopee Affiliate* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung

Eapen, Jihye, & George (2017) mendefinisikan *affiliate marketing* adalah suatu cara dimana kita menjualkan produk orang lain dan akan mendapatkan komisi jika terjadi pembelian melalui referensi kita. Dampak dari program afiliasi Shopee terhadap kesejahteraan masyarakat bisa dievaluasi dari beberapa sudut pandang yang berbeda. Atas dasar tersebut pemasar jasa tidak perlu memikirkan stok atau persediaan tetapi yang kita pikirkan adalah hanya mengarahkan pengunjung ke website melalui link khusus yang pemasar miliki. Link ini akan kita dapatkan dari merchant yang diberikan kepada kita sebagai alat untuk mendeteksi bahwa pembeli yang datang adalah melalui referensi kita. Chandra, Chao, & Astolpho, (2014) menyatakan *affiliate business* adalah bisnis yang sangat besar di internet. Banyak sekali pebisnis online yang focus di model affiliate marketing baik pemula

ataupun yang sudah expert. Bagaimana tidak, konsumen tidak perlu repot membuat produk yang spesifik tetapi komisi yang kita terima jika terjadi proses transaksi biasanya bisa mencapai 50% dari harga yang ditetapkan oleh pihak pertama. Eapen et al., 2017 berpendapat bahwa bisnis affiliate tidak hanya untuk mereka yang sudah mahir di bisnis online, namun juga direkomendasikan untuk kalangan pemula. Decker, Calo, & Weer, 2012 menambahkan bahwa ini terjadi karena bisnis afiliasi adalah kegiatan yang relatif tidak susah dilakukan yaitu tanpa membuat produk pemasar sudah bisa mengasah kemampuan penjualan di media social maupun media internet. Pertama-tama, secara praktis, program ini memberikan kesempatan bagi individu untuk mendapatkan komisi dengan mengiklankan produk Shopee dan mendorong pembelian melalui tautan afiliasi mereka. Dari perspektif kesejahteraan, hal ini dapat dianggap sebagai sumber tambahan penghasilan, terutama bagi mereka yang aktif dalam platform digital dan memiliki jaringan pengikut yang luas.

Anshari & Mahani (dalam Batu, Situngkir, Krisnawati, & Halim 2019) mendefinisikan affiliate marketing sebagai Aktivitas kolaborasi yang melibatkan organisasi, perusahaan atau situs untuk mendapatkan profit bagi kedua belah pihak dalam suatu kesepakatan melalui kegiatan mengiklankan produk atau layanan. Basis dari afiliasi adalah mengantarkan traffic yang telah dipetakan sehingga memungkinkan pelanggan melakukan langkah yang diinginkan untuk sampai ke situs web penjualan tertentu (Stokes, 2013)<sup>12</sup>.

Dari hasil penelitian Muchammad Wilianto Hamzah, Asep Mulyana, dan Yudi Ahmad Faisal, 2023 yang berjudul Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Affiliate Marketing* dan Peningkatan Pendapatan Afiliator, menunjukkan bahwa affiliate marketing berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan afiliator dan pada akhirnya memberdayakan ekonomi mereka. Konsep ini sangat cocok dengan ide-ide yang merupakan inti dari ekonomi sosial dan mengacu pada aktivitas yang diambil untuk kepentingan publik, yang mengasumsikan dominasi efek sosial atas upaya untuk memaksimalkan keuntungan. Penelitian ini memberikan pemahaman baru, bahwa program affiliate marketing adalah salah satu bentuk baru dari pemberdayaan ekonomi, yang kedepannya akan terus maju dan berkembang ke arah cooperative economy yang lebih adil dan menyejahterakan ekonomi.

Menurut Kaplan & Haenlein (2011)<sup>13</sup> terdapat tiga dimensi atau kondisi yang dapat menciptakan dan dijadikan tolok ukur dalam Affiliate Marketing adalah:

---

<sup>12</sup> Stokes, R. 2013. eMarketing The Essential Guide To Marketing In a Digital World (5th ed.). Quirk Education [Pty] Ltd.

<sup>13</sup> Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance. *Business Horizons*, 54(3), 253– 263. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.006>

- a. Messenger: elemen penting dalam menciptakan epidemi Affiliate Marketing adalah memerlukan orang yang tepat untuk menyebarkan pesan. Tiga kelompok utusan yang diperlukan dalam memastikan transformasi pesan biasa menjadi fenomena afiliasi yaitu pakar pasar, hubungan sosial, dan penjual.
- b. Message: hanya pesan yang baik dan mengesankan serta cukup menarik yang dapat diteruskan kepada orang lain sehingga dapat memacu fenomena Affiliate Marketing.
- c. Environment: selain mendapatkan pesan yang tepat kepada orang yang tepat, kondisi lingkungan dapat mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan dalam Affiliate Marketing. Memperjelas dan mengatur informasi yang berhubungan dengan tindakan potensi Affiliate Marketing, kemungkinan pengukuran kunci harus dipertimbangkan dalam kaitannya dengan tujuan yang dirumuskan untuk kampanye

### **3. Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung**

Salah satu cara meningkatkan kesejahteraan ekonomi adalah dengan meningkatkan pendapatan, namun, untuk meningkatkan pendapatan seseorang memerlukan suatu kegiatan yang menghasilkan dengan kata lain produktifitas seseorang harus ikut meningkat jika menginginkan pendapatan yang meningkat.

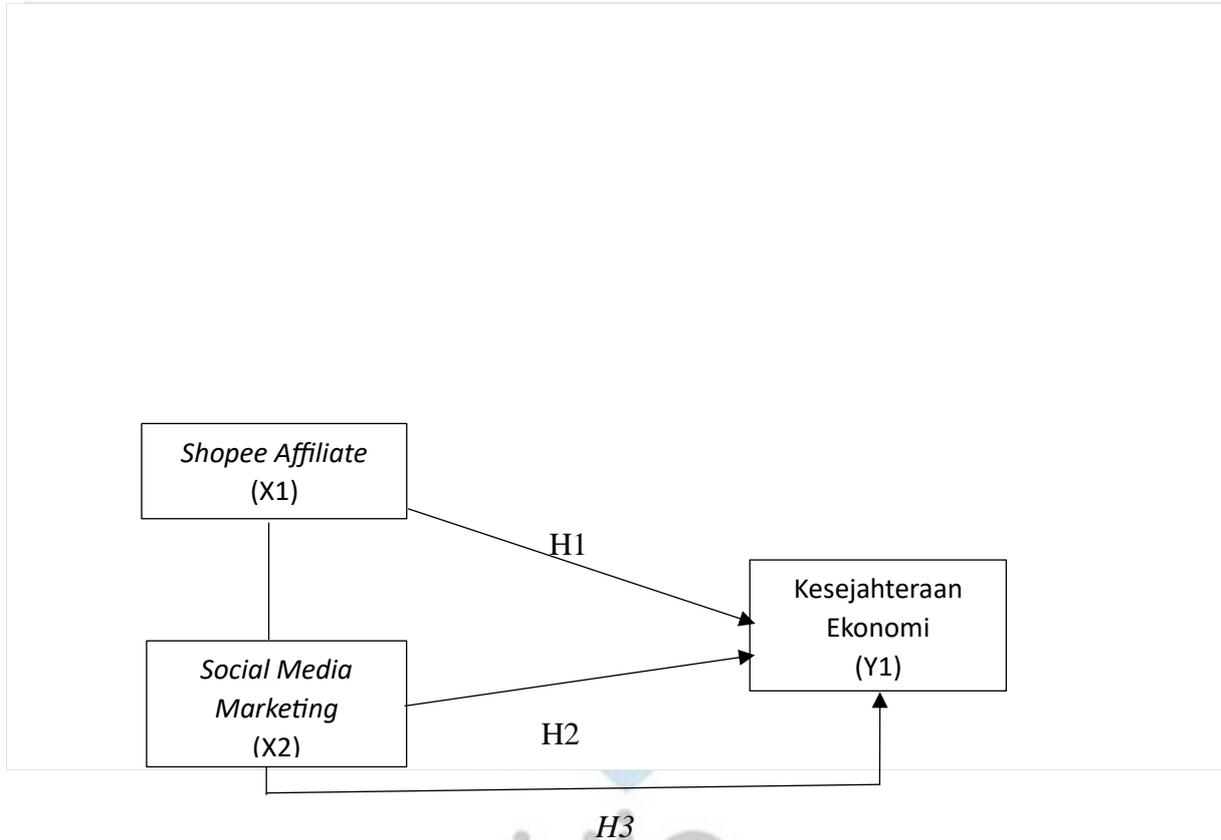
Maoyan, Zhujunxuan, & Sangyang (2014) mengatakan bahwa Media sosial merupakan jaringan teknologi yang dimanfaatkan dalam menyebarkan berita/informasi melalui pengguna internet dan mengkomunikasikan sertamendiseminasikan berita/informasi, sementara pemasaran media sosial merupakan satu contoh pemasaran internet buat mencapai maksud dan tujuan dari pemasaran dengan berpartisipasi pada lingkup jaringan media sosial.. Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi UKM dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian observasional<sup>14</sup>.

Dengan adanya *Social Media Marketing* akan meningkatkan pendapatan seseorang atau suatu lembaga usaha, ini dibuktikan oleh hasil penelitian dari (Pratiwi, 2021) menemukan bahwa temuan utama penelitian menunjukkan bahwa media social sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan online pada masa Covid-19. Sejalan dengan penelitian dari (Mursito, 2019), Hasil dari penelitian ini adalah 1) terdapat pengaruh sosial media terhadap peningkatan penjualan, 2) terdapat kontribusi penggunaan *social media* sebesar 19 % dalam meningkatkan penjualan. Penelitian lain dari Danis Wahyu Susanto, Faridah, dan Amirul

---

<sup>14</sup> Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto S.W., Widiyanto Hadi (2016). "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)" Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1 Maret 2016

yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Ukm Dapur Julie Depok” Hasil penelitian didapatkan variable *social media* berpengaruh signifikan dan positif terhadap omzet penjualan pada UKM Dapur Julie Depok, dengan *social media* yang digunakan adalah *iinstagram*.



Tabel 1 Skema Kerangka Berfikir

Gambar bagan tersebut menjelaskan bahwa variabel *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* merupakan variabel independen, sedangkan *Kesejahteraan Ekonomi* merupakan variabel dependen. Dari bagan tersebut, menjelaskan bahwa dari variabel independent (variabel *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing*) secara parsial memengaruhi *Ekonomi*.

## F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban awal terhadap pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian, didasarkan pada teori-teori yang relevan tanpa memperhitungkan data empiris yang diperoleh. Ini merupakan langkah sementara dalam upaya menjawab masalah penelitian. Dengan demikian, hipotesis hanya bersifat teoritis dan belum didasarkan pada fakta empiris yang dikumpulkan oleh peneliti.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, termasuk latar belakang masalah, rumusan masalah, dan kajian pustaka, peneliti dapat merumuskan hipotesis yang diajukan melalui penelitian ini.

H<sub>1</sub> : Terdapat Pengaruh *Shopee Affiliate* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.

H<sub>2</sub> : Terdapat Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.

H<sub>3</sub> : Terdapat Pengaruh *Shopee Affiliate* dan *Social Media Marketing* terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi *Shopee Affiliator* Muslimah di Kota Bandung.

## F. Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun untuk memperkuat penelitian, penulis menggunakan study empiris berupa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian saat ini sebagai referensi penelitian yaitu Pengaruh Pengaruh *Shopee Affiliate* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Peningkatan Akses Pasar Dan Kesejahteraan Ekonomi Umat Di Kota Bandung, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metodologi	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Sarah Sobrina Balqis dan Achmad Ali Mustofa	Analisis Program Tiktok dan <i>Shopee Affiliate</i> Perspektif Masalah Mursalah	Metode analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, menurut kajian masalah masalah dampak yang ditimbulkan dari jual beli online ini memberikan banyak permasalahan, dan masalah ini ditujukan untuk kepentingan masyarakat dan juga individu, serta dampaknya tidak ada yang melanggar kaidah dalam Al-Quran, Sunah Rashul, maupun Ijma.	Variabel Independen : <i>Shopee Affiliate</i>	Variabel Dependen: Masalah Mursalah

2	Eka Andriyanti dan Siti Ning Farida	Pengaruh Viral Marketing <i>Shopee Affiliate</i> , Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen <i>Shopee</i> Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)	Penelitian ini menggunakan teknik sampling unknown population dan menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda.	Hasil yang diperoleh variabel viral marketing <i>Shopee Affiliate</i> , kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.	Variabel Independen : <i>Shopee Affiliate</i>	Variabel Dependen: Minat Beli Konsumen <i>Shopee</i>
3	Ira Yanti, Muhammad Irwan Padli Nasution, dan Sri Suci Ayu Sundari	Peran <i>Shopee Affiliate</i> Terhadap Peluang Kerja	Penelitian ini menggunakan metode internet searching dan interview searching serta metode pendekatan penelitian kepustakaan	Program <i>Shopee Affiliate</i> ini merupakan program yang bagus serta cukup menjanjikan bagi khalayak ramai	Variabel Independen : <i>Shopee Affiliate</i>	Variabel Dependen: Peluang Kerja
4	Nicole Jolie Susanto	Pengaruh Sosial Media <i>Affiliate Marketing</i> Terhadap Willingness To Buy Pada Marketplace <i>Shopee</i> Dengan Subjective	Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan survey melalui	Hasil penelitian dalam tugas akhir ini menunjukkan bahwa <i>Affiliate Marketing</i> memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Willingness to Buy, dan tidak terdapat peran moderasi dari Subjective	Variabel Independen : Social Media Marketing dan <i>Shopee Affiliate</i>	Variabel Dependen: Willingness To Buy

		Norm Sebagai Variabel Moderasi	kuesioner online pada Line, Instagram dan Telegram.	Norm pada pengaruh Affiliate Marketing terhadap Willingness to Buy.		
5	Didi Suardi	Strategi Ekonomi Islam Untuk Kesejahteraan Umat	Metode analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif	Strategi Ekonomi Islam Berpengaruh pada Kesejahteraan Umat	Variabel Independen : Strategi Ekonomi Islam	Variabel Dependen: Kesejahteraan Umat

