

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Motif ekonomi, khususnya keinginan seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, muncul karena ekonomi merupakan aktivitas manusia di muka bumi. Manusia seringkali mengaitkan keinginan dengan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Dan kadang-kadang juga disebut kebutuhan yang harus segera dipenuhi.

Rochmawan menegaskan bahwa kebutuhan manusia sangat banyak dan beragam tidak hanya itu, tetapi mereka juga harus berkembang seiring dengan pertumbuhan peradaban dan inovasi teknologi. Anda telah memenuhi satu kebutuhan dengan sendirinya akan timbul kebutuhan tambahan. Manusia memiliki kebutuhan, yaitu keinginan akan barang dan jasa yang harus dipenuhi agar dapat bertahan hidup atau berdampak negatif, seperti: makan nasi untuk orang yang lapar dan minum obat untuk orang yang sakit. Hal ini disebut sebagai kebutuhan karena jika tidak terpuaskan dapat mengakibatkan kondisi tubuh yang tidak menyenangkan dan tidak bertambah parahnya rasa sakit akibat kelaparan.¹

Manusia harus dapat memprioritaskan kebutuhannya ketika memuaskannya. Oleh karena itu, agar manusia dapat memenuhi kebutuhannya, manusia harus bekerja sama dengan orang lain, baik secara individu maupun secara kolektif. Selain itu, dalam rangka memenuhi kebutuhan maka manusia harus memerhatikan keterbatasan sumber daya. Contoh: untuk memperoleh beras, manusia harus membeli dari pedagang di pasar karena secara individu tidak mampu

¹ Rahmat Gunawijaya, "KEBUTUHAN MANUSIA DALAM PANDANGAN EKONOMI KAPITALIS DAN EKONOMI ISLAM." *Al-Maslahah*, Vol 13, (1 April 2017), 132.

menghasilkan beras. Dengan demikian manusia bertindak sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi. Dalam menjalankan kegiatan, manusia harus mematuhi aturan-aturan atau norma-norma tertentu supaya dapat menjalankan fungsi sebagai makhluk ekonomi sosial yang bermoral.²

Oleh karena itu sejalan dengan tujuan kebijakan ekonomi, yaitu untuk menumbuhkan kemakmuran. Pendapatan adalah salah satu indikator kemakmuran yang paling penting. Kemakmuran tercipta karena adanya kegiatan yang menghasilkan pendapatan. Pendapatan itu dapat berupa uang yang di peroleh dari proses jual-beli, baik barang maupun jasa. Dunia nyata merupakan titik awal analisis ekonomi. Proses jual-beli yang meningkatkan pendapatan pada dasarnya dapat mengurangi masalah kesenjangan yang ada antara golongan pendapatan dan antara pelaku usaha, serta mengatasi kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja.³

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk 'bekerja'. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah. Allah SWT menerangkan tentang harta sebagai karunia darinya dan memerintahkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha.⁴ Banyak ayat Al-Quran dan hadis Rasulullah SAW yang memerintahkan dan menjelaskan tentang perintah bekerja diantaranya dalam Qs. surat An-Nisaa (4):29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

² Wahab, *Ensiklopedia Kebutuhan Manusia*, (Semarang : ALPRIN, 2019), 1.

³ Walia Nabila Sa'ad, "PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN SENTRA INDUSTRI KERIPIK PISANG BANDARLAMPUNG DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM", (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2016), 4. <http://repository.radenintan.ac.id/2609/>., Diakses Tanggal 25 Mei 2021 pukul 06:31 WIB.

⁴ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta :Prenada Media, 2017), 75.

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*.⁵

Seperti yang diketahui di masa sekarang perkembangan internet sangat dimaksimalkan dari segi bisnis dengan adanya sistem jual beli *online*. Konsumen jadi tidak perlu lagi keluar rumah untuk membeli keperluan hidup. Hal ini membuktikan bahwa perekonomian Indonesia telah mengikuti zaman modern.⁶ Dengan kemajuan teknologi saat ini semua kebutuhan dan keinginan manusia bisa didapat dengan mudah dalam waktu yang singkat. Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era digital seperti sekarang ini sangat banyak diminati oleh konsumen tidak terkecuali generasi milenial, kemajuan dibidang teknologi, komputer, telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet.

Dengan adanya internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad internet. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti pemasaran,

⁵ Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Quran, *Al-Quraan dan Terjemahnya*, (Bandung: Gema Risalah Press, 1989), 122.

⁶ Veronica viona, dkk., “Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1, No 2 (Januari, 2021), 51.

penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku.⁷

Dengan memiliki kemampuan melakukan riset pemasaran yang lebih baik, perusahaan dapat mengetahui secara tepat semua keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Semua kekuatan tersebut dapat diciptakan melalui penggunaan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti peralatan dan proses produksi yang canggih, penggunaan jaringan saluran distribusi cukup luas, penggunaan sumber bahan baku yang tinggi kualitasnya, dan penciptaan *brand image* yang positif serta system reservasi yang terkomputerisasi.⁸

Di Indonesia, jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang pesat. Situs *Redwing Asia* mencatat bahwa pada tahun 2005, penggunaan internet di Indonesia berada pada kisaran 12 juta pengguna, meningkat menjadi 36 juta pengguna pada tahun 2010 dan 107 juta pengguna pada 2014. Proporsi pengguna berdasarkan gender adalah 51.6% pengguna laki-laki dibanding 28,4% pengguna perempuan. Pada tahun 2015 sebanyak 150 juta merupakan pengguna internet aktif di Indonesia dan angka ini diprediksikan akan terus bertambah pada tahun-tahun berikutnya.⁹ Saat ini, bisnis *online* banyak dilakukan oleh masyarakat luas dan ada juga yang menjadikan bisnis *online* sebagai bisnis utama.

⁷ Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis." *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, VI (November 2011), 95.

⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 5.

⁹ J. Seno Aditya Utama, dkk., *Psikologi dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: Himpunan Psikologi Indonesia, 2016), 239-240.

Kata “bisnis” menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah “usaha komersial dalam dunia perdagangan”. Sedangkan kata “*online*” disini dalam bahasa Indonesia berarti “dalam jaringan” atau *daring*. Jadi kata bisnis *online* bisa diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan yang dilakukan di dalam jaringan” adapun jaringan yang dimaksud adalah jaringan internet.¹⁰ Perkembangan bisnis *online* ini menyebabkan strategi bisnis maupun penjualan sebagai ujung tombak semua bisnis menjadi semakin mengarah kepada penguasa dan pengguna teknologi. Tidak dapat dipungkiri peranan teknologi menjadi sangat dominan bagi perkembangan perusahaan yang bergerak di platform *E-commerce*. Mulai untuk peningkatan penjualan, transaksi, kinerja perusahaan, sampai pada alasan efisien dan afektivitas.¹¹

Hartman dan Amir mendefinisikan *E-commerce* sebagai jenis mekanisme bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran dalam buku mereka yang berjudul “*Net ready-Strategis for Success in the E-Economy*”. lembaga (B-to-B) atau antar lembaga dari konsumen langsung (B-to-C).¹²

Perusahaan besar maupun individu dapat membuat website dengan tujuan untuk menawarkan produk atau jasa melalui alamat-alamat yang berdomin “dot com” (.com). Alamat domain tersebut didesain berdasarkan kebutuhan perusahaan sebagai saluran jual beli yang sering disebut dengan situs *E-commerce*. perkembangan situs *E-commerce* saat ini semakin gencar dengan banyaknya situs-

¹⁰ Fathul Husnan & Java Creativity, *Buku Pintar Bisnis Online*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), 2.

¹¹ Harmayani, dkk., *E-Commerce suatu pengantar bisnis digital*, (t.t.: Yayasan Kita Menulis, 2020), 27.

¹² Romindo, dkk., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, (t.t.: Yayasan Kita Menulis, 2019), 2.

situs *E-commerce* yang berasal dari luar negeri, diantaranya; Amazon.com, Ebay.com, Lazada.com, Gmarket.com, Reveneve.com, Shopee.com dan lainnya. Sedangkan situs *E-commerce* yang berasal dari lokal diantaranya yaitu; TokoBagus.com, Belanja.com, Bukalapak.com, Berniaga.com, dan masih banyak lagi.¹³

Menjalankan bisnis *online* mutlak memerlukan kepercayaan satu sama lain, baik penjual maupun pembelinya. Jika tidak ada rasa saling percaya, mustahil transaksi bisa dilakukan. Untuk itu, setiap perusahaan atau siapa pun yang akan melakukan bisnis *online*, pelaku bisnis perlu menjaga kepercayaan dari konsumennya. Berbeda dengan bisnis konvensional (*offline*), bisnis *online* membutuhkan cara khusus agar pelanggan percaya. Sebab, jika pada transaksi *offline* penjual dan pembeli bisa bertemu muka sehingga bisa melihat langsung secara jelas fisik produk yang ditawarkan, maka pada bisnis *online* produk yang ditawarkan hanya berupa foto dan spesifikasi produk. Bagi pelaku *online* penting untuk menyajikan informasi yang benar dan jujur terkait barang atau jasa yang akan dijual.¹⁴

Situs *E-commerce* saat ini tentu saja banyak diminati oleh konsumen maupun pelaku bisnis diseluruh dunia, tidak terkecuali di Kabupaten Gresik. Di kabupaten Gresik tidak sedikit pelaku bisnis yang memanfaatkan *E-commerce* untuk meningkatkan penjualan, salah satunya toko yang dikenal dengan nama Sandys Project Gresik. Toko ini menjual produk fashion seperti baju, hijab dan

¹³Rose Rahmidani, "Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan", (Skripsi, Universitas Negeri Padang, 2015), 345.
<https://pdfcoffee.com/download/e-commerce-39-pdf-free.html>., Diakses tanggal 23 Mei 2021 pukul 12:23 WIB.

¹⁴ Radetya Agung Wibowo, "Kesuksesan E-commerce (OnlineShopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty." *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1 (Maret, 2015), 10.

mukena aksesoris dan lain-lainnya, bisnis yang dijalankan secara *offline* dan *online* ini sudah berjalan kurang lebih selama lima tahun. Toko Sandys Project ini berlokasi di jalan Moh. Husni Thamrin No 48B, Pekauman, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61113. Sedangkan penjualannya secara *online* Sandys Project menggunakan sosial media seperti whatsapp, instagram, tiktok dan juga menggunakan salah satu platform *E-commerce* diantaranya shopee.com dan tokopedia.com dengan nama pengguna Sandys Project.

Pada penjualannya secara *online* dapat diamati bahwa yang mengikuti akun toko Sandys Project yang tertera di situs *E-commerce* shopee dapat dikatakan banyak berjumlah 9,7 ribu pengikut dengan performa chat 67% dan 113 produk yang ditawarkan dengan harga yang sesuai. Maka dari itu berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Peran E-commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Pada Sandys Project Gresik.*”

B. Fokus penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka penulias menentukan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Sejauh mana usaha Sandys Project Gresik dalam meningkatkan penjualannya di *E-commerce*?
2. Bagaimana Sandys Project Gresik memanfaatkan *E-commerce*?
3. Bagaimana penjualan Sandys Project Gresik secara *online* dan *offline*?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian diatas, ada pun tujuan penulis penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Sejauhmana usaha Sandys Project Gresik dalam meningkatkan penjualannya di *E-commerce*.
2. Untuk mengetahui bagaimana Sandys Project Gresik dalam memanfaatkan *Ecommerce*.
3. Untuk mengetahui penjualan Sandys Project Gresik secara *online* dan *offline*.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini bermanfaat untuk berbagai hal, di antaranya yaitu:

1. Kegunaan Secara Teoritis.

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi salah satu kajian pustaka untuk penelitian berikutnya, yang ingin meneliti mengenai Peran *E-commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Pada Sandys Project Gresik Serta dapat menambah wawasan bagi para pembaca.

2. Kegunaan Secara Praktis.

Adapun harapan kegunaan dalam penelitian ini baik secara langsung atau tidak langsung diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi Mahasiswa

Sebagai referensi untuk studi lebih lanjut, khususnya bagi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis syariah yang penelitiannya berhubungan dengan transaksi di *e-commerce*.

- b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya pembahasan mengenai penjualan di *e-commerce* pada Sandys

ProjectGresik. Peneliti juga berharap dapat mengaplikasikan teori yang dipelajari selama di bangku kuliah pada penelitian ini.

c. Bagi Sandys Project Gresik

Dapat memberikan manfaat dan masukan yang berguna dalam menjalankan bisnis di era digital kedepannya.

E. Definisi Istilah

Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian, maka perlu adanya uraian definisi istilah guna menghindari persamaan persepsi dan menghindari kesalahan fahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini “*Peran E-commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Pada Sandys ProjectGresik.*” Maka penulis menguraikan definisi istilah sebagai berikut:

1. *E-commerce* merupakan transaksi perusahaan kepada konsumen maupun sebaliknya yang berbasis *online* baik layanan informasi, jasa dan perdagangan barang yang sudah terproses secara digital.¹⁵
2. Penjualan merupakan terciptanya suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.¹⁶
3. produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penguannya.¹⁷
4. Fashion merupakan suatu sarana yang menjadi pilihan utama bagi individu dalam mengekspresikan dirinya.¹⁸

F. Kajian Penelitian Terdahulu

¹⁵ Megasari Gusandra Sarungih, dkk., *Marketing Era Digital*, (Bekasi: Penerbit Andalan, 2020), 117.

¹⁶ Farid, *Kewirausahaan Syariah*, (Jakarta: KENCANA, 2017), 274.

¹⁷ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA, 2020), 30.

¹⁸ Surya Maya, *Simbolisme Islam di Ranah Publik Tinjauan Antropologi Hukum di Rumah Sakit*, (Serang: A-empat, 2020), 33.

Penelitian empiris meliputi pengkajian, evaluasi, dan evaluasi hasil penelitian terdahulu. Tujuan dan fungsi penelitian empiris hampir sama dengan penelitian teoritis, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan, persamaan, atau bahkan tindak lanjut dari penelitian sebelumnya. Padahal, tujuan dari penelitian empiris ini adalah untuk mencegah adanya *plagiarism*.¹⁹ Oleh karena itu, penulis penelitian ini mencantumkan sejumlah judul penelitian sebelumnya yang serupa dan berbeda dari penelitian yang akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian Ali Arifin tahun 2017 dengan judul skripsi Rancang Bangun *Ecommerce* Penjualan Baju Pada Distro Pa'Joe Palembang, menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan rancang bangun *e-commerce* untuk penjualan baju distro Pa'Joe di Palembang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rancang bangun *e-commercedistro* Pa'Joe Palembang sebagai sarana aktifitas jual beli dapat memudahkan pemasaran dan layanan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer. Selain itu *e-commercedistro* Pa'Joe Palembang ini juga memudahkan pengklasifikasian produk dan juga membantu proses pelaporan penjualan.²⁰
2. Iyas adalah judul skripsi yang ditulis pada tahun 2011 tentang implementasi sistem penjualan *Online* Berbasis *Ecommerce* pada Griya Unique Home Business. Pendekatan penelitian kualitatif digunakan dalam

¹⁹ Didin Fatihudin, *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, (Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2015), 48.

²⁰Ali Arifin, "Rancangan Bangun *E-commerce* Penjualan Baju pada Distro Pa'Joe Palembang" (Skripsi, UIN RADEN FATAN, Palembang, 2017), 75.
<http://eprints.radenfatah.ac.id/3227/1/ALI%20ARIFIN%20%2811540011%29.pdf>., diakses tanggal 23 Mei 2021 pukul 15:20 WIB.

penelitian ini. Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa aplikasi memudahkan dalam mengimplementasikan sistem penjualan *online* berbasis *e-commerce*. Sistem ini memiliki kemudahan untuk memasarkan dan menjual produk milik perusahaan dengan proses transaksi jual beli produk yaitu melalui COD dan kartu kredit.²¹

3. Penelitian yang ditulis oleh Shabur miftah maulana, Heru susilo, dan Riyadi pada tahun 2015 jurnal ini meneliti tentang implementasi *Ecommerce* sebagai media penjualan *online* (studi kasus pada toko pastbrik kota Malang). Hasil penelitian ini menunjukkan implementasi *e-commerce* toko kue dengan menggunakan *software opencart* akan dapat membantu menekan biaya dan dapat menyampaikan informasi detail mengenai produk dan harga khusus yang diberikan kepada pelanggan individu. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan menggunakan metode kualitatif. Online dan memudahkan dalam melakukan pembelian tanpa harus mengunjungi toko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko lain yang sejenis dan menghasilkan yang terbaik.²²

Tabel 1.1
Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ali Arifin	Rancang Bangun <i>e-commerce</i> Penjualan	sama-sama meneliti	Perbedaannya terdapat pada judul

²¹Iyas, "Implementasi Sistem Pebjualan Online Berbasis E-Commerce pada Usaha Rumah Griya Unik" (Skripsi, UIN SYARIF HIDAYATULLAH, Jakarta, 2011), 123.<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/5753/1/IYAS-FST.pdf>, diakses tanggal 23 Mei 2021 pukul 15: 21 WIB.

²²Shabur miftah maulana, Heru susilo, dan Riyadi, "Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan Online (studi kasus pada toko pastbrik kota Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB), Vol 29, No 1, (Desember 2015), 8.

		Baju Pada Distro Pa'Joe Palembang	tentang <i>e-commerce</i> sebagai sarana penjualan	dan tujuan. Penelitian Ali Arifin berjudul Rancang Bangun <i>e-commerce</i> Penjualan Baju Pada Distro Pa'Joe Palembang, dengan tujuan untuk mengetahui rancang bangun <i>E-commerce</i> dan penerapannya sebagai sarana penjualan pada distro Pa'Joe Palembang. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan berjudul Peran <i>e-commerce</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Fashion pada Sandys Project Gresik. dengan tujuan untuk mempelajari bagaimana penjualan proyek Sandys Gresik meningkatkan
--	--	-----------------------------------	--	--

				sebagai hasil <i>e-commerce</i> .
2	Ilyas	Implementasi Sistem Penjualan <i>Online</i> Berbasis <i>e-commerce</i> pada Usaha Rumah Griya Unik	Persamaanya, sama-sama meneliti tentang penjualan berbasis <i>Ecommerce</i> .	perbedaanya terdapat pada judul, selain pada judul juga perbedaan tujuan penelitian. Penelitian yang ditulis oleh Ilyas membahas tentang penerapan dan pengembangan <i>e-commerce</i> dalam usaha Rumah Griya unik sedangkan pada penelitian ini peneliti membahas tentang peran <i>e-commerce</i> dalam meningkatkan penjualan produk fashion pada Sandys Project Gresik.
3	Shabur miftah maulana, Heru susilo, dan Riyadi	Implementasi <i>e-commerce</i> Sebagai Media Penjualan <i>Online</i> (studi kasus pada toko pastbrik kota Malang)	sama-sama meneliti tentang <i>e-commerce</i> sebagai media penjualan	perbedaanya terletak pada judul. Penelitian yang ditulis oleh Shabur miftah maulana, Heru susilo, dan

				<p>Riyadi ini berjudul implementasi <i>E-commerce</i> sebagai media penjualan online (studi kasus pada toko pastbrik kota Malang). Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan berjudul Peran <i>e-commerce</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Fashion pada Sandys Project Gresik</p>
--	--	--	--	---