

**PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP
DROPSHIP ONLINE BUSINESSS BERBASIS E-COMMERCE
PRODI EKONOMI SYARIAH TAHUN 2018**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
untuk Melakukan Penelitian Skripsi
dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana pada
Program Studi Ekonomi Syariah*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP
DROPSHIP ONLINE BUSINESS BERBASIS E-COMMERCE
PRODI EKONOMI SYARIAH TAHUN 2018**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo
untuk Melakukan Penelitian Skripsi
dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana pada
Program Studi Ekonomi Syariah*



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Anisa

NIM : 17 0401 0120

Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai tulisan atau fikiran saya sendiri.
2. Seluruh dari bagian skripsi, adalah karya saya sendiri, kecuali kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sangsi atas perbuatan tersebut.

Palopo 14 Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Nur Anisa
NIM. 17 0401 0120

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Literasi Digital terhadap *Dropship Online Business Berbasis E-Commerce* Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018 yang ditulis oleh Nur Anisa Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0120, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqsyahkan pada hari Jumat, tanggal 18 Maret 2022 miladiyah, bertepatan dengan 15 Sya'ban 1443 hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Pengaji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 18 Maret 2022

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
5. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Pengaji I

Pengaji II

Pembimbing I

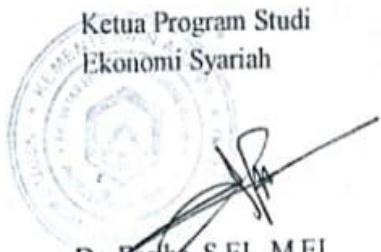
Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dr. Fasiha, S.EI., M.EI
NIP. 19810213 200604 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Dropship Online Business Berbasis E-Commerce Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018.*

yang ditulis oleh :

Nama : Nur Anisa

NIM : 17 0401 0120

Program Studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 02 Maret 2022

Pembimbing



Dr. Fasiha M.EI.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :-

Hal : Skripsi an. *Nur Anisa*

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama

:Nur Anisa

NIM

:17 0401 0120

Program Studi

:Ekonomi Syariah

Judul Skripsi

:Pengaruh Literasi Digital Terhadap Dropship Online Business Berbasis E-Commerce Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018.

menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum wr.wb.

Pembimbing



Dr. Fasiha. M.EI

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَوةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا
وَحَبِّيْنَا مُحَمَّدًا وَعَلَى أَهْلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبَعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillahi Rabbil Alamin, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhana Wa Ta'ala* karena berkat, rahmat, dan hidayah-Nya serta Mahadaya ilmu sehingga menjadi kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Digital Terhadap *Dropship Online Bisnis Berbasis E-commerce* Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018”, setelah melalui proses yang cukup panjang.

Salawat dan salam senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad saw. kepada keluarga, sahabat-sahabat serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang Pendidikan Agama Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kesulitan yang penulis alami, akan tetapi berkat kerja keras, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak sehingga semuanya dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya, kepada kedua orang tua penulis ayahanda Singar dan ibu Salma yang telah berjuang dengan segala kemampuannya dan jerih payah mereka berdua yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata, hanya doa yang senantiasa penulis panjatkan semoga segala jerih payah mereka dapat bernilai amal

jariyah sampai akhir hayat, serta saudara-saudari kandungku yang selama ini membantu dan mendoakan adiknya, dan penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Bapak Dr. Muammar Arafat, S.H., M.H, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum , Perencanaan dan Keuangan Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Dr.Muhaemin, M.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M, Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Muhammad Ruslan Abdullah,S.EI.,M.A,Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Tadjuddin, S.E., M.Ak., CA, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Bapak Dr. Takdir,S.H., M.H.,
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Dr.Fasiha, S.ei., M.EI, dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Abdul Kadir Arno,SE.Sy.,M.Si.
4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu.
5. Pembimbing, Ibu Dr. Fasiha, S.EI., M.EI yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy, MA.Ek. selaku penguji I dan Bapak Edi

Indra Setiawan, SE., M.M selaku penguji II yang telah banyak memberi arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Penasehat akademi EKIS C, Bapak Humaidi,SE., ME.I
8. Kepala perpustakaan IAIN Palopo, Bapak Madehang, S.Ag., M.Ag. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Teman-teman, Anita Sari, Idil Saptaputra dan Noviyanti Parintak yang selalu membantu dan memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah turut andil dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo Angkatan 2017 (khususnya kelas C) yang selama ini selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini, semoga bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah Swt. dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan. *Aamiin Ya Rabbal Alamiin.*

Palopo, 02 Maret 2022



Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ſal	ſ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ض	ſad	ſ	s (dengan titik di bawah)
ظ	dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	č	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
'	<i>fathah</i>	A	A
!	<i>Kasrah</i>	I	I
'	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ؑ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
ؔ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

ؑف : *kaifa*
ؔه : *haulā*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan	Nama	Huruf dan	Nama
-------------	------	-----------	------

Huruf		Tanda	
مَاتْ	<i>fatḥah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
رَمَى	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
قَرْلَةٌ	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتْ : *māta*
 رَمَى : *ramā*
 قَرْلَةٌ : *qīla*
 يَمْوُتْ : *yamītu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-afṭāl*
 الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (˘), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نَعْمَمْ	: <i>nu'imā</i>
عَدْوُنْ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلَيْ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيْ	: 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan asy-syamsu)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (az-zalzalah)
الْفَلَسْفَهُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبَلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
الْنَّوْعُ	: <i>al-nau‘</i>

شَيْءٌ

أُمْرٌ تُ'

: *syai'un*

: *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarḥ al-Arba 'in al-Nawāwi

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. *Lafż al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

الله دِينُ اللَّهِ بِاللَّهِ

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafż al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

الله فِي رَحْمَةِ اللَّهِ hum fi rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallażī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lażī unzila fihi al-Qur’ān

Naṣīr al-Dīn al-Tūsī

Naṣr Hāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfi

Al-Maṣlaḥah fī al-Tasyrī‘ al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muḥammad Ibnu)

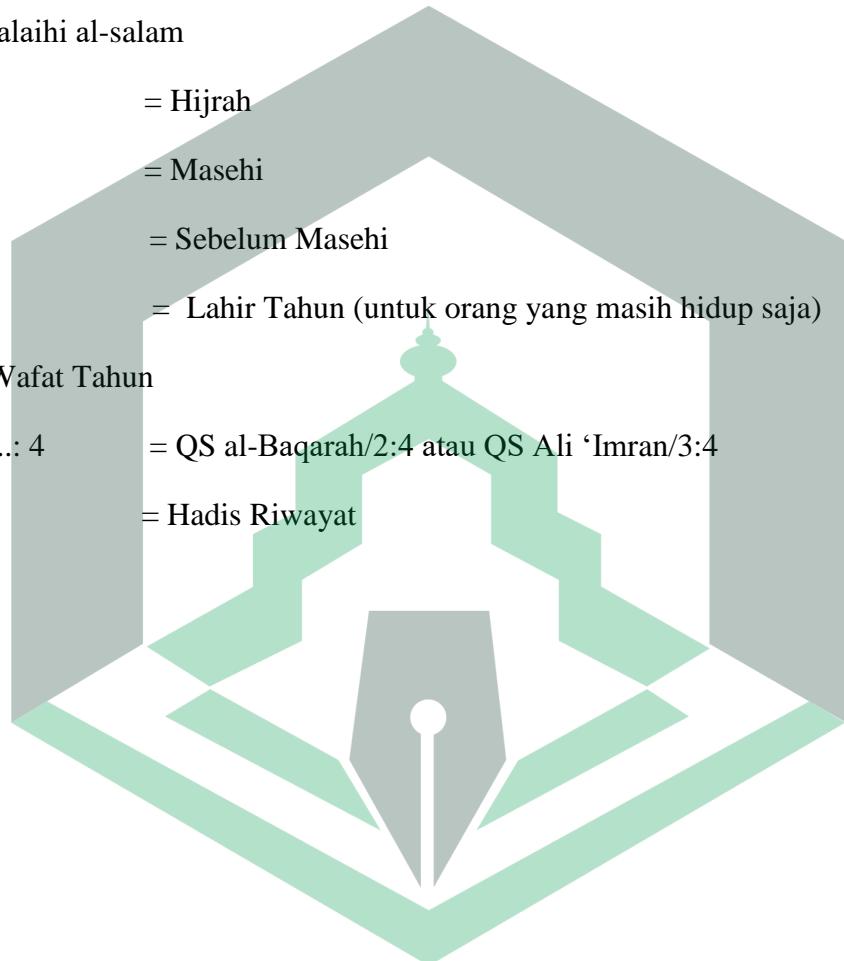
Naṣr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Hāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt = subhanahu wa ta'ala
Saw = sallallahu 'alaihi wasallam
as.= 'alaihi al-salam

H = Hijrah
M = Masehi
SM = Sebelum Masehi
I = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W = Wafat Tahun
QS..../....: 4 = QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4
HR = Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
PRAKATA	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	x
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR AYAT	xvi
DAFTAR HADIS	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
ABSTRAK	xxviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Kajian Teori	10
1. Literasi Digital	10
2. Dropship Online Bisnis	13
3. E-commerce	17
C. Kerangka Pikir	21
D. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
C. Defenisi Operasional	24
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
E. Sumber Data	25
F. Teknik Pengumpulan Data	26
G. Instrumen Penelitian.....	26
H. Analisis Data/Uji Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambar Umum Lembaga Objek Penelitian	35
B. Deskripsi Karakteristik Responden	37
C. Analisis Data	41
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Maidah/5:114



DAFTAR HADIS

Bukhari dan Muslim dari Ibn Abbas 20

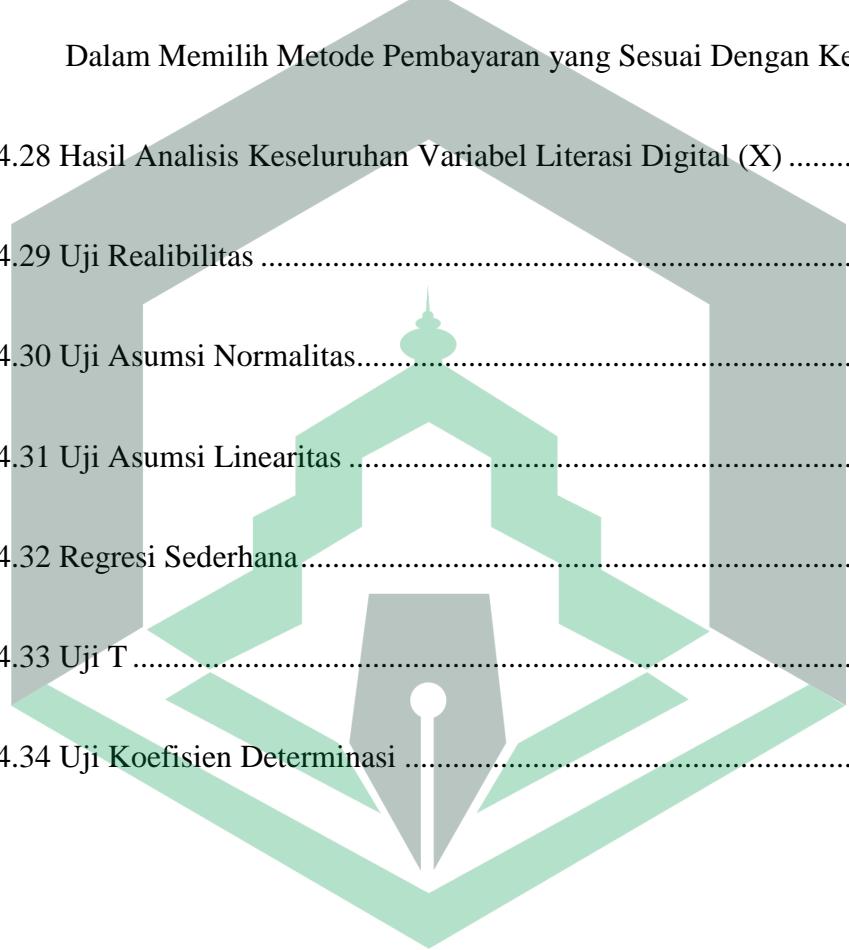


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Terdahulu	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional	24
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 3.3 Uji Validitas	28
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.2 Kelas Responden	39
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.4 Saya Sering Melakukan Kegiatan Dropship Online Melalui Platform e-Commerce	41
Tabel 4.5 Akses Internet Berbasis Jual Beli Online Dapat Mempermudah dalam Menggunakan Platform E-Commerce	42
Tabel 4.6 Dapat Mengakses Informasi Terutama yang Berkaitan dengan Strategi Peningkatan Kegiatan Dropship Melalui Internet	43
Tabel 4.7 Akses Internet Memudahkan dalam Menjangkau Berbagai Transaksi Pembayaran pada Platform E-Commerce	45

Tabel 4.8 Adanya Web Memudahkan Menemukan Berbagai Informasi dari Sumber Lain Mengenai Penggunaan E-Commerce	46
Tabel 4.9 Dengan Adanya Web Memudahkan Untuk Menemukan Berbagai Produk di Platform E-Commerce	47
Tabel 4.10 Penggunaan Web Browser Dapat Memberikan Panduan Terkait Penerapan Kompleksitas Transaksi E-commerce	48
Tabel 4.11 Sebelum menentukan E-commerce Lakukan Evaluasi Terlebih Dahulu Dengan Membandingkan Beberapa E-commerce Lainnya.....	50
Tabel 4.12 Membandingkan Berbagai Toko untuk Memperoleh Produk-Produk yang Memiliki Kualitas yang Baik di E-commerce.....	51
Tabel 4.13 Selalu Membandingkan Berbagai Toko Untuk Memperoleh Produk-Produk yang Memiliki Harga yang Terjangkau di E-commerce	52
Tabel 4.14 Sebelum Memilih Metode Transaksi Pembayaran Melakukan Evaluasi Terlebih Dahulu Terhadap Berbagai Pilihan Metode Transaksi Lainnya	53
Tabel 4.15 Adanya Literasi Digital Mempermudah Dalam Menggunakan E-commerce	54
Tabel 4.16 Selalu Meningkatkan Literasi Digital Dengan Cara Melek Teknologi Demi Mengikuti Perkembangan Tren Seputar Kebutuhan Konsumen ...	55

Tabel 4.17 Selalu Mengaktifkan Fitur Pembaharuan Seputar Produk ygng Sedang Tren di Platform E-commerce untuk Mengupdate Produk yang Akan dijual.....	57
Tabel 4.18 Selalu Melakukan Crosscheck Terhadap Setiap Transaksi untuk Menghindari Kesalahan Dalam Bisnis Dropship Online	58
Tabel 4.19 Hasil Analisis Keseluruhan Variabel Literasi Digital (X)	59
Tabel 4.20 E-commerce Memudahkan Dalam Melakukan Pencarian.....	62
Tabel 4.21 E-commerce Memudahkan Dalam Kegiatan Dropship Online	63
Tabel 4.22 E-commerce Memudahkan Dalam Proses Transaksi.....	64
Tabel 4.23 E-commerce Memudahkan Dalam Proses Tukar Informasi Seputar Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pembeli.....	65
Tabel 4.24 Berbagai Metode Transaksi Pembayaran yang Disediakan oleh Platform E-commerce Menunjukkan Bahwa Platform E-commerce Tersebut Memiliki Daya Tarik.....	66
Tabel 4.25 Serangkaian Proses Transaksi yang Disediakan oleh Platform E-commerce Memudahkan Dalam Mengelola Bisnis Dropship Online.....	67



Tabel 4.26 Semakin Banyak Konsumen yang Menyelesaikan Pembelian Pada Platform Menunjukkan Bahwa Platform Tersebut Memiliki Sistem Transaksi yang Terpercaya.....	69
Tabel 4.27 Banyaknya Pilihan Metode Pembayaran Pada E-Commerce Memudahkan Dalam Memilih Metode Pembayaran yang Sesuai Dengan Keadaan.....	70
Tabel 4.28 Hasil Analisis Keseluruhan Variabel Literasi Digital (X)	71
Tabel 4.29 Uji Realibilitas	73
Tabel 4.30 Uji Asumsi Normalitas.....	74
Tabel 4.31 Uji Asumsi Linearitas	75
Tabel 4.32 Regresi Sederhana.....	76
Tabel 4.33 Uji T	78
Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Persentase Alasan Masyarakat Memilih E-Commerce.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	22
Gambar 4.1 Struktur Orang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

Lampiran 4 : Uji Validitas

Lampiran 5 : Surat Izin Meneliti

Lampiran 6 : SK Penguji

Lampiran 7 : SK Pembimbing

Lampiran 8 : Buku Kontrol

Lampiran 9 : Kartu Kontrol

Lampiran 10 : Persetujuan Pembimbing

Lampiran 11 : Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 12 : Persetujuan Penguji

Lampiran 13 : Nota Dinas Penguji

Lampiran 14 : Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah

Lampiran 15 : Surat Keterangan Matrikulasi

Lampiran 16 : Surat Ket. Membaca & Menulis Al-Qur'an

Lampiran 17 : Sertifikat Oscar/ Penbaharu

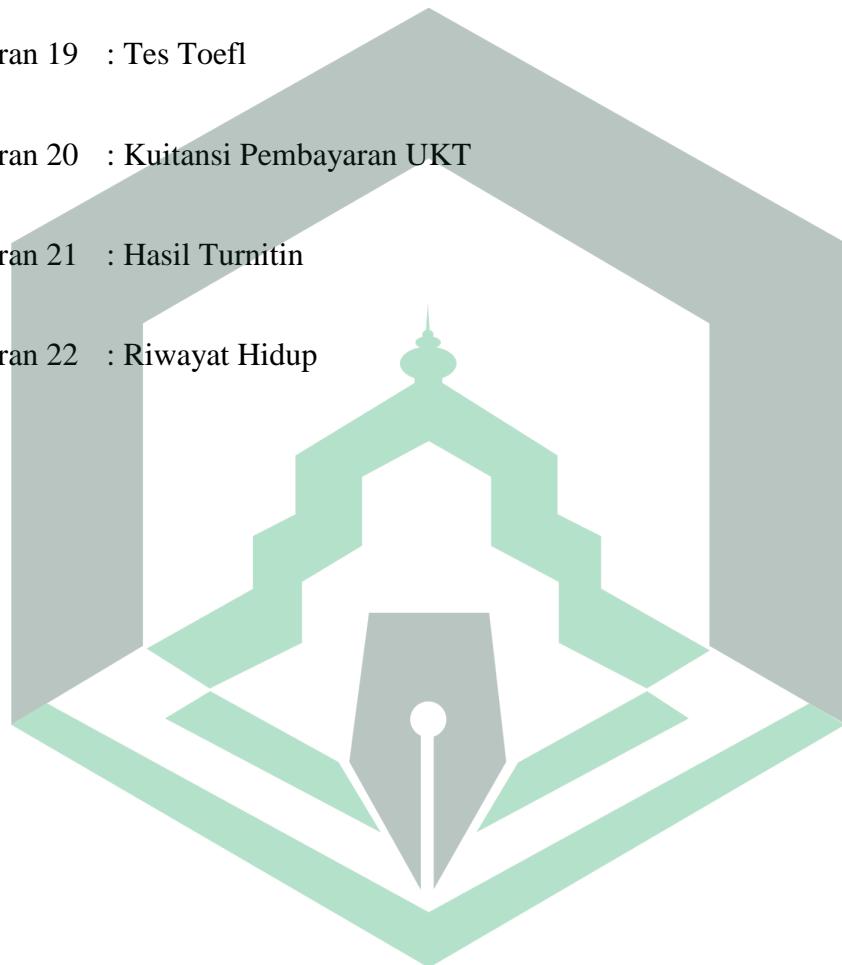
Lampiran 18 : Transkip Nilai

Lampiran 19 : Tes Toefl

Lampiran 20 : Kuitansi Pembayaran UKT

Lampiran 21 : Hasil Turnitin

Lampiran 22 : Riwayat Hidup



ABSTRAK

Nur Anisa, 2021. "Pengaruh Literasi Digital Terhadap *Dropship Online* Bisnis Berbasis *E-Commerce* Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018". Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh literasi digital terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* prodi ekonomi syariah tahun 2018. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi digital terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* prodi ekonomi syariah tahun 2018. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di IAIN Palopo dengan mengambil populasi mahasiswa prodi ekonomi syariah angkatan 2018. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 34 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner pada responden yang masuk dalam kriteria yang sesuai dengan menggunakan skala *likert*. Adapun analisis data yang digunakan yaitu validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* prodi ekonomi syariah tahun 2018. Hal ini dapat dilihat variable literasi digital memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $10.226 > 2.036$ atau nilai $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima. variable literasi digital memiliki pengaruh terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* sebesar 76.6% dan untuk sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci : Literasi digital, *Dropship Online*, *E-commerce*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Literasi digital menjadi hal yang krusial karena merupakan elemen penting dalam proses perubahan. Gerakan literasi perlu diupayakan oleh semua pihak terlebih diera pandemi, dimana mobilitas masyarakat dalam jumlah besar dibatasi hal ini mempengaruhi banyak sektor terutama sektor perekonomian. Terdapat berbagai perubahan salah satunya mengarah pada keinginan konsumen agar pelaku usaha memberi respon yang tanggap dan cepat untuk itu, muncul upaya yang paling fundamental yaitu aktivitas pemasaran produk secara *online* yang awalnya *offline*.

Bisnis berbasis *e-commerce* dan *digital marketing* telah menjadi perilaku konsumen saat melakukan kegiatan transaksi bisnis di masa pandemi. Bisnis tersebut merupakan aktivitas bisnis yang memanfaatkan sistem jual beli dan transaksi online melalui pemanfaatan *platform* e-commerce, pelaku usaha memasarkan produknya secara online. Karena itu, pelaku usaha dituntut segera beradaptasi namun, pelaku usaha menemui permasalahan yaitu pengetahuan dan kemampuan pemanfaatan *teknologi digital* yang belum memadai padahal tingkat penetrasi internet saat ini sangat tinggi, terutama dimasa pandemi ini.¹

¹Mira Veranita dkk, “Empowering UMKM dengan Pemanfaatan Digital Marketing di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar),” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, No.2 (2021): 160-161, <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.585>.

Hadirnya UMKM di Indonesia diharapkan meningkatkan konsumsi domestik dan menguatnya pasar dalam negeri membuat peran UMKM didalamnya lebih besar.²

Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian UKM memperlihatkan hal yang menarik bahwa dari keseluruhan jumlah UMKM, baru sekitar 13% yang melakukan aktivitas bisnis dengan pemanfaatan teknologi padahal, di masa pandemi bahkan setelah pandemi berbagai sektor akan terus menjalankan keberlangsungannya sesuai protokol kesehatan. Mensiasati hal tersebut, pelaku usaha harus menyiapkan beberapa hal, antara lain menjadikan inovasi sebagai kunci untuk beradaptasi. Salah satu inovasi yang seharusnya perlu untuk dilakukan yaitu pengintegrasian sistem jual beli dan transaksi dari sistem *offline* menjadi berbasis internet.

Integrasi terhadap sistem jual beli dan transaksi dari sistem *offline* menjadi sistem *online* merupakan bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan kondisi pandemi saat ini karena itu, kemunculan berbagai *platform* e-commerce saat ini merupakan bentuk adaptasi pada dunia bisnis terhadap perkembangan teknologi sedangkan, kehadiran pandemi covid-19 menjadikan eksistensi keberadaan e-commerce menjadi suatu hal yang nyata dalam melakukan kegiatan jual beli dan transaksi *online* bukan lagi dengan sistem *offline*.

E-commerce saat ini, telah menjalankan berbagai inovasi-inovasi dalam perwujudan pelaksanaan bisnis dan transaksi dengan sistem *online*. Tidak saja sebagai tempat menjual bagi para pelaku bisnis, tetapi juga menuntut untuk

²Fasiha, *Islamic Finance (Konsep Dasar dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah)*, (Palopo: Laska Perubahan, 2016), 4

mempunyai keahlian dalam mengenalkan dan melakukan promosi terhadap barang yang dijual, meningkatkan kualitas produk maupun kemasannya, hingga sampai pada upaya dalam meningkatkan performa dalam metode pembayaran dan pembeliannya.³

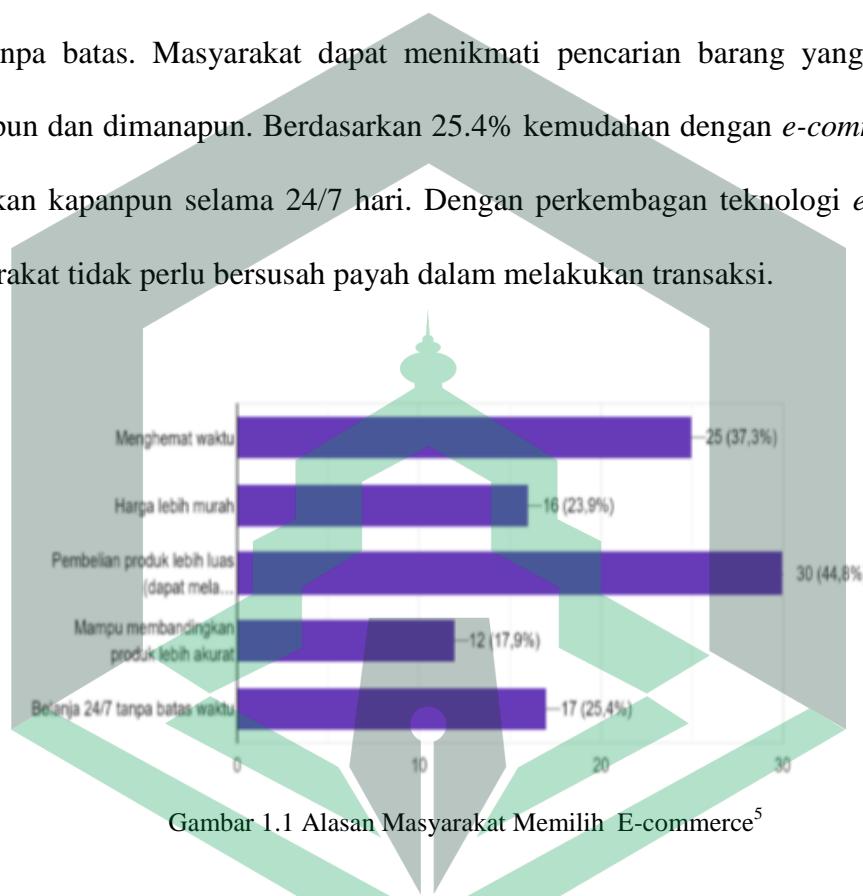
Perdagangan yang berbasis *E-commerce* dilaksanakan melalui macam-macam cara, satu diantaranya melalui pemanfaatan sistem *Dropship*. *Dropship* sendiri merupakan aktivitas memasarkan produk pemilik oleh penjual kepada pembeli. Dalam pengertian lain bahwa *dropship* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh penjual memperniagakan barang jualannya kepada konsumen melalui modal gambar yang disediakan oleh pemilik (*supplier*), tanpa perlu menyetok produk dan melakukan perniagaan kepada konsumen melalui interpretasi harga yang telah ditentukan⁴. Sehingga, penjual mengambil peran yang aktif dalam mencari konsumen. *Dropship online* adalah sistem jual beli yang mendisrupsi dari sistem perdagangan tradisional ke sistem perdagangan modern (*online*), dengan adanya literasi digital dapat memudahkan dalam menjalankan bisnis *dropship online*.

Segala kemudahan dalam memenuhi kebutuhan menjadi salah satu alasan utama masyarakat lebih memilih metode jual beli dengan sistem *dropship online* berbasis *e-commerce* dibandingkan dengan metode konvensional. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian Hani atun Mumtaha dan Halwa Annisa Khoiri yaitu dari beberapa faktor yang menjadi alasan menggunakan *e-commerce*, 44.8% responden

³Mira Veranita dkk, “Empowering UMKM dengan Pemanfaatan Digital Marketing di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar),” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, No. 2 (2021): 160, <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.585>.

⁴Ahmad Syafii, *Step By Step Bisnis Dropshipping dan Reseller*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013). 2

menilai dengan *e-commerce* pembelian produk lebih luas. Selain itu dengan memanfaatkan teknologi *e-commerce* responden menilai 37.3% dapat menghemat waktu, karena customer tidak harus datang ke toko untuk memilih dan membeli barang. Pemanfaatan teknologi *e-commerce* dapat mencakup pangsa pasar lebih luas dan tanpa batas. Masyarakat dapat menikmati pencarian barang yang diinginkan kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan 25.4% kemudahan dengan *e-commerce* dapat dirasakan kapanpun selama 24/7 hari. Dengan perkembangan teknologi *e-commerce*, masyarakat tidak perlu bersusah payah dalam melakukan transaksi.



Sejalan dengan fenomena yang ada di kampus Institut Agama Islam (IAIN) Palopo, banyak mahasiswa melakukan penjualan dengan sistem *dropship online* berbasis *E-Commerce* dengan memanfaatkan *platform* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain, hal ini dikarenakan kemudahan-kemudahan yang disediakan

⁵Hani Atun Mumtaha dan Halwa Annisa Khoiri, "Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce)" *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik* 4, No. 2 (September 2019), <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>

oleh platform e-commerce sehingga menarik para mahasiswa untuk melakukan bisnis dropship online berbasis e-commerce namun berdasarkan fakta yang saya temui dilapangan dan melalui diskusi bersama beberapa teman-teman yang melakukan kegiatan bisnis online atau yang pernah menjalankan bisnis online hampir sebagian besar dari mereka mengatakan bahwa kegiatan bisnis online yang mereka jalankan tidak ada keberhasilan yang didapatkan secara signifikan seperti yang dikatakan oleh Ulfiani “Selama saya menjalankan bisnis *dropship online* saya tidak mengalami peningkatan secara signifikan dan biasanya bisnis *dropship online* saya bertahan selama tiga bulan saja setelah itu berhenti lagi”. Hal tersebut tentu bertolak belakang antara harapan dan kenyataan.

Harapan para mahasiswa yang melaksanakan kegiatan *dropship online* adalah adanya keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya sehingga dapat berjalan secara lancar dan bisa bertahan secara lama namun faktanya harapan tersebut kurang bisa tercapai dikarenakan minimnya pemahaman mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah tahun 2018 tentang literasi digital. Menariknya penelitian ini untuk dilakukan juga, karena belum pernah ada penelitian yang menghubungkan pengaruh literasi digital terhadap *dropship online* bisnis berbasis *e-commerce* pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018. Alasan utama inilah yang mendasari penulis mengangkat judul ***“Pengaruh Literasi Digital Terhadap Dropship Online Business Berbasis E-Commerce Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018”***.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang masalah mengidentifikasi rumusan masalah pokok pada penelitian yang akan dilakukan yakni:

Bagaimana pengaruh literasi digital terhadap *dropship online business berbasis e-commerce* prodi Ekonomi Syariah tahun 2018?

C. Tujuan Penulisan

Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap *dropship online business berbasis e-commerce* prodi Ekonomi Syariah tahun 2018.

D. Manfaat Penulisan

Penelitian yang akan dilakukan mengharapkan pada pemberian manfaat penulisan, meliputi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang akan dilakukan ini mengharapkan adanya pemberian masukan positif, khususnya bisa dijadikan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, serta memberi kontribusi bagi para peneliti lainnya dalam melaksanakan penelitian atau menindaklanjuti penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

Kegunaan tulisan ini ialah :

- a. Referensi untuk penulis lainnya untuk penulisan selanjutnya.
- b. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan bacaan kepustakaan di IAIN Palopo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dikerjakan, diantaranya :

Pada kecenderungan positif, penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Uswatun Hasanah dan Khasan Setiaji dengan judul Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam *E-Business*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa literasi digital, efikasi diri dan lingkungan berpengaruh terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* pada mahasiswa sebesar 57%. Secara persial, literasi digital berpengaruh dan signifikan terhadap intensi berwirausaha dalam *e-business* sebesar 14%.⁶ Di penelitian lain pula oleh Jerni dkk dengan judul Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dengan hasil penelitian bahwa secara simultan variable literasi ekonomi dan literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.⁷

⁶Ulfa Uswatun Hasanah dan Khasan Setiaji, “Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkunga Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business,”*Jurnal Economic Education Analysis* 8, No. 3 (2019): 1198, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35715>.

⁷Jeni dkk, “ Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa,” *Jurnal Of Economics, Entrepreneurship and Innovation* 2, No.1 (Mei 2021): 18, <https://doi.org/10.31960/ijoeei.v2i1.1038>.

Sedangkan pada kecenderungan negative, pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Reza Palevy, Hafas Furqani, dan Nevi Hasnita yang berjudul Sistem Transaksi dan Pertanggungan Risiko dalam Jual Beli *Dropshipping* menurut Perspektif Ekonomi Islam. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada pelaksanaannya, sistem jual beli *dropshipping* belum memenuhi kriteria akad pesanan dalam islam seperti akad wakalah, samsarah dan salam. Sistem tersebut terdapat unsur gharar (ketidakjelasan), terkait spesifikasi barang yang dijual oleh *dropshipper*. Larangan terhadap ketidakjelasan (gharar) dan penipuan (tadlis) pada spesifikasi barang adalah hal yang dilarang dalam ajaran Islam. Pada sistem tersebut, terdapat pula prinsip jual beli yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, karena belum diterapkan hak khiyar, sehingga *dropshipper* melepas diri dari berbagai resiko yang terjadi (kurangnya pertanggungjawaban). Padahal, ajaran Islam mengajarkan untuk penjuak dalam hal ini *dropshipper* berani meanggung resiko yang terjadi pada transaksi jual beli *dropshipping* sebelum barang diperjual belikan kepada pembeli.⁸

Tabel 2.1
Riset Terdahulu

No	Nama Penulis (tahun)	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ulfah Uswatun	Pengaruh Literasi	1) Membahas	1) Penelitian terdahulu berfokus pada

⁸Muhammad Reza Palevy, Hafas Furqani, dan Nevi Hasnita, "Sistem Transaksi dan Pertanggungan Risiko dalam Jual Beli Dropshipping menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Of Sharia Economics*, Vol. 1, No.2 (November 2020), 99, <https://doi.org/10.22373/jose.v1i2.642>.

	Hasanah dan Khasan Setiaji	Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Dalam <i>E-Business</i>	tentang pengaruh literasi digital dalam e-business. 2) Metode penelitian kuantitatif.	pengaruh efikasi diri dan lingkungan terhadap intense berwirausaha dalam e-business.
2	Jerni, Thamria Tahir, Muh. Hasan, Rahmatullah, dan Ihsan Said	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.	Membahas tentang pengaruh literasi digital terhadap berwirausaha mahasiswa.	Berfokus pada literasi ekonomi dan tidak membahas mengenai <i>e-business</i>

3	Muhammad Reza Palevy, Hafas Furqani, dan Nevi Hasnita	Sistem Transaksi dan Pertanggungan Risiko dalam Jual Beli Dropshipping menurut Perspektif Ekonomi Islam.	Membahas mengenai bisnis <i>dropship online</i> .	Lebih mengkaji sistem <i>dropshipping</i> dalam perspektif konsep dan hukum islam
---	---	--	---	---

B. Kajian Teori

1. Literasi Digital

a. Literasi Digital

Menurut Gilster literasi digital tidak saja berhubungan mengenai kecakapan membaca, namun perlu pemaknaan dan pemahaman. Konsep literasi digital erat kaitannya dengan kecakapan pemahaman informasi, tindakan evaluasi dan integrasi informasi pada berbagai format yang disediakan perangkat teknologi. Evaluasi dan Penafsiran informasi secara kritis merupakan satu diantara banyak konsep literasi digital.⁹

Deakin University's Graduate Learning Outcome 3 mengartikan literasi digital sebagai upaya memanfaatkan teknologi melalui platform digital dalam penemuan informasi untuk menjadi input pemikiran dan penyebarluasan informasi yang telah berkembang. Sehingga dapat dipahami bahwa literasi digital

⁹Gilster, *Digital Literacy* (New York: Wiley, 1997)

mengandalkan kecakapan dalam hal pemahaman, analisis, pemberian tanggapan terkait informasi yang didapatkan, serta tindakan evaluasinya. Kementerian Komunikasi dan Informatika memaparkan bahwa literasi digital merupakan kecapakan yang dipunyai individu dalam penggunaan komputer dan pengaksesan konten yang tersedia secara benar dan maksimal.¹⁰

b. Elemen Esensial Literasi Digital

Elemen esensial untuk pengembangan literasi digital menurut Douglas A.J. Belshaw ada delapan, yaitu:

- 1) Kultural, memahami berbagai variansi *user* (pengguna) digital.
- 2) Kognitif, adalah reka cipta sesuatu yang ahli dan actual.
- 3) Konstruktif, yaitu reka cipta sesuatu yang ahli dan actual.
- 4) Komunikatif, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital.
- 5) Kepercayaan diri yang bertanggung jawab.
- 6) Kreatif, adanya inovasi melalui cara baru.
- 7) Kritis terhadap penyikapan konten
- 8) Bertanggung jawab secara sosial.

c. Indikator Literasi Digital

Adapun indikator menurut Paul Gilster ada empat yaitu :

- 1) Pencarian Internet
- 2) Panduan Arah Hypertext

¹⁰Ana Irhandayaningsih, "Pengukuran Literasi Digital pada Pada Peserta Pembelajaran Daring di Masa Pendemi Covid-19" *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 4, No. 2 (2020): 232-233, <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.231-240>.

3) Evaluasi Konten Informasi

4) Penyusunan pengetahuan¹¹

Terdapat komponen utama literasi digital yaitu berkenan kecakapan pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Steve Wheeler mengemukakan sembilan komponen tersebut, yaitu :

- 1) Social Networking
 - 2) Transliteracy
 - 3) Maintaining Privacy
 - 4) Self Broadcasting
 - 5) Managing Digital Identity
 - 6) Creating Content
 - 7) Reusing/ Repurposing
 - 8) Organising and Sharing Content
 - 9) Filtering and Selecting
- d. Prinsip Dasar Literasi Digital

Literasi digital perlu dikembangkan melalui prinsip-prinsip dasar, diantaranya:

- 1) Pemahaman, meliputi kecakapan dalam mengekstrak ide, baik secara sederhana maupun secara mendalam.
- 2) Saling ketergantungan, yaitu suatu media mempunyai hubungan dengan media lainnya secara harfiah, ideal, metaforis dan potensi.

¹¹Gilster, *Digital Literacy* (New York: Wiley, 1997)

- 3) Faktor sosial, terdapat ekosistem organik yang bertujuan mencari, menyimpan dan berbagi informasi yang membentuk ulang media itu sendiri.
- 4) Kurasi, meliputi kerjasama dalam penemuan, pengumpulan dan pengorganisasian informasi yang berharga.¹²

2. *Dropship Online Business*

a. *Dropship*

Dropship merupakan sistem jual beli *online* dimana penjual (*dropshipper*) melaksanakan perniagaannya melalui barang yang tidak dipunyai, tetapi secara langsung meneruskan barang yang disediakan oleh penyedia (*supplier*) kepada pembeli sebagaimana yang telah disepakati.¹³ Sehingga, sistem bisnis *dropship online* dapat dipahami secara sederhana yaitu pembeli (konsumen) memesan produk lewat toko online yang diposting ataupun dipromosikan oleh penjual (*reseller*) kemudian reseller melanjutkan pesanan ke *dropshipper* dan selanjutnya *dropshipper* mengemas serta mengirim produk ke konsumen. Mahasiswa sangat mempunyai peluang menjalankan sistem jual beli tersebut, khususnya dengan menggunakan teknologi digital atau lebih sering didengar sebagai *digitalpreneur*.

Dropshipper juga telah diperlihatkan pada firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 1 sebagai berikut:

¹²Elya Umi Hanik, "Self Directed Learning Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Madrasah Ibtidaiyah", *Jurnal Elementary Islamic Teacher* 8, No. 1 (2020): 192-196, <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/elementary>.

¹³Mohammad Suyudi, "Jual Beli Online dengan Sistem Dropship Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, No.3 (Maret 2021): 398, <https://doi.org/10.36418/jist.v2i3.105>.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُهُودِ إِحْلَالُ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا بِتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرُ مُحْلَّ

الصَّيْدُ وَأَنْتُمْ حُرُمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Terjemahnya: “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. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.¹⁴

Dalam ayat ini menjelaskan untuk mengarahkan orang-orang beriman memenuhi setiap akad yang bersumber dari Allah terhadap hamba-hamba-Nya, seperti akad jual beli, amanah dan lainnya yang disesuaikan syariat Islam.

b. Mekanisme *Dropship Online*

Dropship online pada pelaksanaannya meliputi beberapa mekanisme, yaitu:

- 1) Konsumen melakukan pemesanan produk kepada penjual lewat toko online. Setelah itu melunasi pembayaran melalui transfer ke rekening penjual. Selanjutnya pembayaran tersebut ditransfer ke supplier oleh penjual. Harga yang dibayarkan adalah yang ditetapkan penjual dan tercantum di toko online.
- 2) Penjual (*dropshipper*) menghubungi pemilik barang (*supplier*). Selanjutnya menentukan informasi yang dibuat dari supplier. Keuntungan yang diperoleh berasal dari keuntungan harga lebih yang dicantumkan pada toko online yaitu transfer dari pembelian barang.
- 3) *Supplier* melakukan pengemasan dan pengiriman barang kepada konsumen sebagaimana informasi pemesanan yang penjual berikan.

¹⁴Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya* (Surabaya: Halim, 2013), 106.

c. *Profit Sharing* (Pembagian Keuntungan)

Dropshipper memberi kebebasan maupun keleluasaan untuk reseller dalam memberi besaran keuntungannya dalam pengertian lain bahwa *dropshipper* memberi harga murah (*diskon*) untuk reseller, kisaran 10%-30% dari ketetapan harga eceran. Meskipun demikian, terdapat juga *dropshipper* yang memberi keuntungan berdasarkan komisi namun, pada umumnya yang memberi keuntungan melalui sistem potongan harga (*diskon*).¹⁵

Barang yang dipesan oleh reseller akan segera dikirimkan setelah pembeli mentrasfer bayaran kepada *dropshipper*. Reseller akan memperoleh keuntungan dari berbagai pembelian yang telah melakukan transfer, yaitu keseluruhan harga barang yang nilainya ditetapkan reseller bersama *dropshipper* ditambah bonus reseller.¹⁶

d. Kelebihan dan kekurangan jual beli online dengan sistem *dropship*

Sistem *dropship* yang hadir pada dunia jual beli *online* memberi kemudahan untuk pelaku usaha*online* yang akan mendalami dunia bisnis tanpa perlu mempunyai modal yang memadai. Meskipun terdapat berbagai kelebihan dan potensi besar yang ditawarkan oleh sistem *dropship*, tetapi juga teradapat kekurangan. Berikut akan dipaparkan mengenai kelebihan dan kekurangan jual beli *online* sistem *dropship*:

1) Kelebihan dan kekurangan jual beli online dengan sistem *dropship* bagi *supplier*:

a) Kelebihan sistem *dropship* untuk *supplier*, yaitu:

¹⁵Purnomo Catur Hadi, *Jualan Online Tanpa Repot dengan Dropshipping* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), 105.

¹⁶Feri Sulianta, *Terobosan Berjualan Online Dropshipping* (Yogyakarta: Andi, 2014), 108.

- 
- (1) Memberi kemudahan dalam pemasaran produk karena telah tersedia situs atau alamat menjual produk.
 - (2) Kemudahan dalam pemantauan barang yang dipesan pembeli dari pihak *dropshipper* melalui situs ataupun alamat jual beli tersebut.
- b) Kekurangan sistem *dropship* untuk *supplier*, yaitu:
- (1) Rentang tindakan penipuan.
 - (2) Pantauan hanya dapat dilakukan melalui situs.
- 2) Kelebihan dan kekurangan jual beli online dengan sistem *dropship* bagi *dropshipper*:
- a) Kelebihan sistem *dropship* untuk *dropshipper*, yaitu:
 - (1) Memberi Kemudahan dalam berbisnis tanpa harus memiliki produk.
 - (2) Produk hanya dipromosikan melalui gambar secara online.
 - (3) Memperoleh untung saat berhasil menjual produk.
 - (4) Jangkauan pemasaran yang luas karena memanfaatkan jejaring internet untuk memasarkan produk.
 - b) Kekurangan sistem *dropship* untuk *dropshipper*, yaitu:
 - (1) Bertanggung jawab saat barang rusak ketika produk atau barang masih ditangan *dropshipper*.
 - (2) Menanggung seluruh keluh kesah dan tanggapan konsumen.
 - (3) *Supplier* bisa saja tidak mengirim barang yang dipesan sehingga berakibat pada rusaknya nama baik *dropshipper* dan kerugian finansial untuk mengembalikan uang yang telah dibayarkan konsumen.

3) Kelebihan dan kekurangan jual beli online dengan sistem *dropship* bagi konsumen:

a) Kelebihan bagi konsumen adalah sebagai berikut:

- (1) Konsumen tidak lagi susah mencari-cari produk yang diinginkan karena sudah ada gambar produk yang disediakan oleh *dropshipper*.
- (2) Konsumen tinggal melihat produk yang dipasarkan oleh *dropshipper* melalui jaringan internet.¹⁷

3. *E-Commerce*

a. *E-Commerce*

E-commerce muncul sekitar tahun 1990-an, dengan munculnya kemauan agar terjadi perubahan pemikiran, perilaku, mekanisme dan sistem jual beli serta transaksi yang awalnya melalui cara klasikal mengarah pada penggunaan digital elektronik berbasis jaringan internet dan komputer.¹⁸ *E-commerce* (*Electronic Commerce*) menurut Laudon merupakan kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet, e-commerce dinilai sangat menguntungkan pembeli untuk bertransaksi dengan penjual, serta memudahkan pembeli yang menginginkan suatu barang tanpa harus bepergian untuk membelinya.¹⁹

¹⁷Sinarsih, Rusdin Muhalling, dan Kartini, “Dropship dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari),” *Jurnal Sharia Economic Law Review* 2, No.1 (2020): 127-128, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/fawaid/article/view/2904>.

¹⁸Mustar Aman, “Pemanfaatan E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan dengan Pendekatan Sistem Berorientasi Objek pada D’Shop,” *Jurnal IPSIKOM* 9, No.1 (Juni 2021): 33, https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/190.

¹⁹Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver, *E-Commerce 2012 (Business, Technology, Society)* (Harlow: Pearson Education, 2012)

E-commerce merupakan penggunaan sarana elektronik seperti internet atau jaringan computer untuk distribusi, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang, dan jasa. *E-commerce* yaitu suatu sistem pemasaran yang menggunakan akses internet, baik yang dilakukan melalui website, aplikasi *mobile*, maupun browser pada perangkat *mobile* atau komputer yang digunakan untuk transaksi bisnis, salah satunya adalah transaksi komersial antara organisasi dan individu.²⁰

b. Jenis-Jenis *E-Commerce*

E-Commerce dibedakan beberapa jenis menurut Laudon yaitu:

1) *Business to Consumer*

Business to Consumer dikerjakan pelaku usaha dan konsumen. *e-commerce* tepat seperti pembelian dan penjualan mengikutsertakan penjualan eceran barang dan layanan kepada konsumen.

2) *Business to Business*

Bisnis *e-commerce* mencakup perdagangan jasa serta produk diantara usaha-usaha. Pertukaran dikerjakan dengan dua pihak yang mempunyai urusan bisnis. Keduanya saling memahami dan mengetahui usaha yang dijalankan.

3) *Consumer to Consumer*

Bisnis *e-commerce* mencakup pembeli yang melakukan penjualan langsung terhadap pembeli. Kebanyakan hal ini dikerjakan melalui internet lewat pihak luar

²⁰Akbar, Nur Diana, dan Afifuddin, “Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan E-Commerce (Studi pada Perusahaan Sub Sector Retail Trade dalam Index Saham Syariah Indonesia di Bursa Efek Indonesia),” *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 10, No. 3 (Februari 2020): 25, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/10387>

yang memberikan panggung berbasis internet atau pusat komersial agar menyelesaikan pertukaran tersebut. Oleh karena itu C2C berubah menjadi mediator antara produsen dan konsumen.²¹

c. Indikator *E-Commerce*

Menurut Delone dan McLean, *e-commerce* dapat dikategorikan pada dua dimensi, yaitu :

- 1) Kemudahan pengguna e-commerce
- 2) Kompleksitas transaksi²²

d. Metode Pembayaran *E-Commerce*

Metode transaksi pembayaran yang ditawarkan oleh situs *E-commerce* biasanya terdiri dari:

- 1) Debit rekening online via M-banking, internet dan sms banking.
- 2) Kartu kredit.
- 3) Transfer via ATM.
- 4) Lembaga leasing (pinjaman) seperti kredivo, akulaku, dan lain-lain.
- 5) Fasilitas pinjaman dari setiap situs (pay later).
- 6) Dompet online seperti ovo, dana, link aja, dan lain-lain.²³

²¹Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi, “ Peran E-Commerce terhadap Perekonomian Indonesia selama Pandemi Covid-19,” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9, No.2 (2020): 116, <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>.

²²Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2007)

²³Adhi Prasetyo et al., *Konsep Dasar E-Commerce* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021) 73-74.

e. *E-Commerce* dalam Ekonomi Islam

Dalam fikih muamalah persepsi jual belinya sama dengan persepsi *e-commerce* yaitu jual beli *al-salam*. Jual beli *al-salam* dapat dilihat dalilnya dalam sabda Rasulullah saw, sebagaimana yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Ibn Abbas:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كُلِّ مَعْلُومٍ وَوَزْنٌ مَعْلُومٌ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ²⁴

Terhemahannya: “Siapa yang melakukan jual beli salam, hendaklah melakukannya dengan takaran dan timbangan yang jelas, sampai batas waktu tertentu”.²⁴

Dari hadis diatas, para ulama sepakat, bahwa jual beli *al-salam* diperbolehkan, selama sesuai dengan anjuran Rasulullah saw. Biarpun dalam hadis ini yang menjadi objek transaksinya adalah masalah pertanian yang pada saat itu selaras dengan kondisi, tentunya saat ini tidak hanya perihal masalah pertanian saja. Dalam artian bisa diperluas arinya dalam aspek dan objek transaksi lainnya.

Berdasarkan penjelasan mengenai jual beli *al-salam*, dapat disimpulkan bahwa transaksi *e-commerce* dan jual beli *al-salam* memiliki prinsip yang sama, yaitu pemberian barangnya sama-sama ditangguhkan, sedang untuk pembayarannya itu sama-sama tunai. Meskipun pembayaran pada *al-salam* secara konvensional, yaitu dilakukan langsung secara tunai, selaras dengan keadaan zaman pada saat itu, sedang kata tunai pada sistem pembayaran *e-commerce* dilakukan secara *online*.

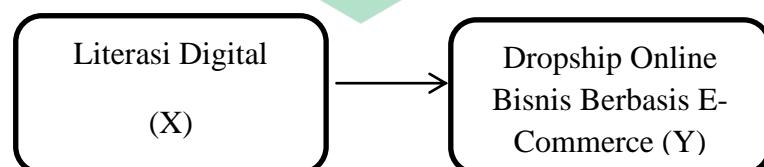
²⁴ Al-Kahlany, *Subul al-Salam*, Jilid 4 (Bandung: Dahlan, t.th.) 49

Secara garis besar, mengenai transaksi *bai' assalam* dengan *e-commerce* mempunyai kesamaan dan perbedaan yang paling mendasar. *bai' assalam* dengan *e-commerce* adalah kegiatan jual beli. Dalam transaksi jual beli ada empat hal yang harus ada yakni, pembeli, penjual, alat tukar, dan objek transaksi.

Baik transaksi *bai' assalam* maupun *e-commerce* penyerahan barangnya ditangguhkan sesuai akad penjual dan pembeli. Hal inilah yang menjadi persamaan mendasar antara *bai' assalam* dengan *e-commerce*. Adapun beberapa perbedaan yang ditemukan dari kedua transaksi ini adalah model penawaran, pembayaran serta pengiriman dan penerimaan. Dari perbedaan ini tidak serta merta menyatakan transaksi *e-commerce* tidak sah. Kecuali jika bertentangan dengan nilai ajaran Islam di bidang muamalah, seperti judi, riba, penipuan, produk atau jasa yang ditawarkan termasuk haram oleh ajaran Islam.²⁵

C. Kerangka Pikir

Penelitian berfokus pada *Dropship Business Online* berbasis *E-Commerce* pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan Tahun 2018. Alur kerangka pikir yang akan dilakukan, yaitu:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

²⁵ Mahmudah Mulia Muhammad, "Jurnal Hukum Ekonomi Syariah 2, No. 1 (2020): 80-81, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>.

Gambar 2.1 kerangka pikir memperlihatkan bahwa terdapat hubungan di antara variabel-variabel atau konsep-konsep yang akan diteliti. Berawal dari observasi awal, ditemukan bahwa mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018 yang melakukan aktivitas bisnis online pada umumnya kurang pengetahuan yang memadai dalam literasi digital. Berdasarkan hal tersebut, akan dilakukan penelitian mengenai pengaruh literasi digital terhadap *dropship online business* berbasis *E-commerce* Prodi Ekonomi Syariah tahun 2018. Dari penelitian yang akan dilakukan diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan kemampuan memadai mengenai literasi digital pada kegiatan *Dropship Business Online* berbasi *E-Commerce* Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Taahun 2018.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan perkiraan sesaat mengenai rumusan masalah dalam penelitian.²⁶ Hipotesis yang dimaksud pada penelitian ini yaitu termuat pengaruh literasi digital terhadap dropship online bisnis berbasis E-commerce prodi Ekonomi Syariah tahun2018. Karena itu, hipotesis operasional yang dirumuskan, yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh literasi digital terhadap dropship online bisnis berbasis e-commerce prodi ekonomi syariah 2018

H_1 : Terdapat pengaruh literasi digital terhadap dropship online bisnis berbasis e-commerce prodi ekonomi syariah 2018.

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta,2006)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Untuk menelaah penelitian perihal pengaruh literasi digital terhadap dropship online business berbasis e-commerce prodi ekonomi syariah tahun 2018 memakai penelitian kuantitatif. Pemakaian penelitian kuantitatif bermaksud agar mengetahui bagaimana pengaruh literasi digital terhadap dropship online bisnis berbasis e-commerce prodi ekonomi syariah tahun 2018. Jenis penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berasaskan pada filsafat positivism dipakai dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, pemungutan datanya pakai instrument penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ialah letak melaksanakan penelitian bakal mendapatkan bahan-bahan yang dibutuhkan. Penelitian dilaksanakan di IAIN Palopo, Sulawesi Selatan. Peneliti memilih lokasi ini karena ingin meningkatkan pengetahuan tentang literasi digital dalam bisnis berbasis dropship online mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018.

Waktu penelitian adalah waktu yang dipakai untuk mendapatkan data atau hasil yang diperoleh. Penelitian yang akan dilakukan yakni selama kurang lebih satu bulan terhitung pada bulan September sampai bulan Oktober 2021.

C. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Dimensi/Indikator
1.	Literasi Digital (Variabel X)	<p>Literasi digital tidak saja berhubungan mengenai kecakapan membaca, namun perlu pemaknaan dan pemahaman. Konsep literasi digital erat kaitannya dengan kecakapan pemahaman informasi, tindakan evaluasi dan integrasi informasi pada berbagai format yang disediakan perangkat teknologi.²⁷</p>	<p>1. Pencarian di Internet 2. Pandu Arah Hypertext 3. Evaluasi Konten Informasi 4. Penyusunan Pengtahuan</p>
2.	Dropship Online Bisnis Berbasis E-commerce (Variabel	<p><i>E-commerce</i> adalah kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet, e-dinilai sangat menguntungkan untuk para penggunanya karena e-commerce</p>	<p>1. Kemudahan Penggunaan E-Commerce. 2. Kompleksitas transaksi dengan indikatornya²⁹</p>

²⁷ Gilster, *Digital Literacy*, (New York: Wiley, 1997)

²⁹ Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2007)

Y) memungkinkan pembeli untuk bertransaksi dengan penjual, serta memudahkan pembeli yang menginginkan suatu barang tanpa harus bepergian untuk membelinya

28

D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi yang dipakai ialah semua mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2018 yang pernah atau yang sedang menjalankan bisnis dropship online berbasis e-commerce

2. Sampel

Dipenelitian ini sampel yang dipakai merupakan teknik purposive sampling adalah teknik penunjukkan sampel pada kriteria atau penilaian tertentu. Indikator kriteria yang dimaksud yaitu hanya mengambil sampel yang pernah atau yang sedang menjalankan bisnis dropship online bisnis berbasis e-commerce.

E. Sumber Data

Pada penelitian ini ada dua rupa sumber data yang dipakai ialah data primer dan data sekunder.

²⁸Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver, *E-Commerce 2012 (Business, Technology, Society)* (Harlow: Pearson Education, 2012)

1. Data Primer

Kuesioner ialah metode pengumpulan data yang dikerjakan menggunakan metode membagi pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga cocok dipakai jika respondennya banyak. Pada penelitian ini data primer yang dipakai merupakan perolehan pengisian angket oleh responden mahasiswa prodi ekonomi syariah angkatan 2018.

2. Data Sekunder

Pada data sekunder merupakan data yang melengkapi data primer didapatkan dari studio dokumentasi atau melihat referensi yang sesuai atas pembahasan data-data atapun dokumen berjalinan data penelitian.³⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulannya dikerjakan melalui cara memberikan angket pada responden untuk ditanggapi. Responden yang dimaksudkan menjadi fokus penelitian ialah mahasiswa prodi ekonomi syariah angkatan 2018 IAIN Palopo.

G. Instrumen Penelitian

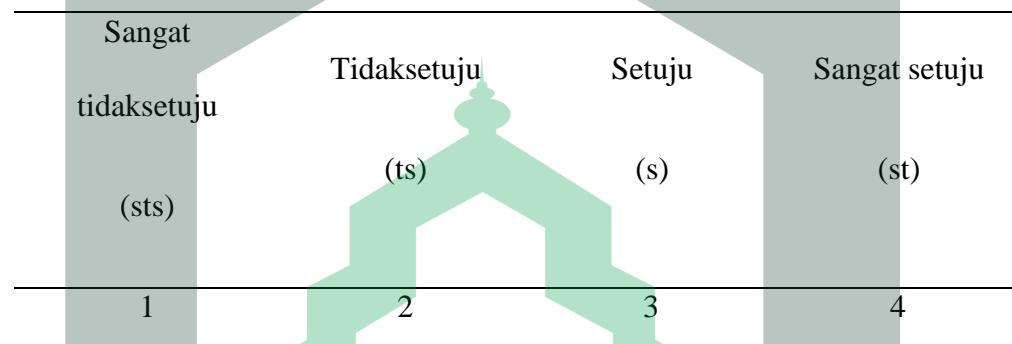
Instrumen penelitian yaitu alat yang dipakai menaksir fenomena alam dan sosial yang diperhatikan. Semua fenomena ini kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Perangkat penelitian yang dipakai dipenelitian ini berbentuk penyebaran angket yang dibikin oleh penulis dan dikasihkan pada responden agar menanggapinya.

³⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Jilid I (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014), 73-74.

Perangkat penelitian ini ditentukan agar memperoleh data yang sesuai yang dipakai dengan menggunakan skala pengukuran instrumen yaitu skala *Likert*. Skala likert di pakai untuk mengukur, sikap dan pendapat orang atau kelompok mengenai fenomen social..

Tiap-tiap tanggapan yang dikasihkan responden bakal dikasihkan nilai berdasarkan skala Likert :

Tabel 3.2 Skala Likert



Manfaat memakai skala likert berdasarkan tingkat kegunaan dan tingkat penerapan yakni beragamnya nilai seperti dampak pemakaian skala 1-4. Dari aspek statistik, skala dengan empat tingkatan (1-4) lebih besar hambatannya daripada tingkat “ya” atau “tidak”. Kemudian data yang didapatkan dari memakai angket, dimana hasil pengkajiannya perlu disajikan pada tabel analisis berdasarkan variabel.

H. Analisis Data/ Uji Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Yang menjadi tolak ukur di penelitian kuantitatif akan data hasil penelitian yaitu valid, reliable dan obyektif. Standar ketentuan validitas yaitu data yang terjadi pada objek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu data yang dikatakan valid sama dengan data yang dilaporkan peneliti dan data yang sebenarnya ada pada objek penelitian.³¹ Tujuan dari uji validitas dipakai dalam melihat kevalidan dari perangkat yang dipakai dalam mengumpulkan data. Ini dikerjakan agar mengetes pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner.

Dalam rangka uji validitas kuesioner dimana kriteria pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada derajat besar 0.05 dan $df=n-2$, maka alat ukur dikatakan valid dan kebalikannya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item itu tidak valid. Kemudian item yang tidak valid tidak diikutsertakan pada penggerjaan data berikutnya.

Tabel 3.3 Uji Validitas

P	r_{hitung}	$r_{tabel} (0.05)$	Ket
X.1	0.582	0.349	Valid
X.2	0.594	0.349	Valid
X.3	0.675	0.349	Valid
X.4	0.705	0.349	Valid
X.5	0.564	0.349	Valid
X.6	0.698	0.349	Valid

³¹ Sugiyono, *Ilmu Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta tahun 2012), 102.

X.7	0.600	0.349	Valid
X.8	0.666	0.349	Valid
X.9	0.691	0.349	Valid
X.10	0.673	0.349	Valid
X.11	0.634	0.349	Valid
X.12	0.516	0.349	Valid
X.13	0.487	0.349	Valid
X.14	0.541	0.349	Valid
X.15	0.555	0.349	Valid
<hr/>			
P	r_{hitung}	$r_{tabel (0.05)}$	Ket
Y.1	0.810	0.349	Valid
Y.2	0.891	0.349	Valid
Y.3	0.822	0.349	Valid
Y.4	0.828	0.349	Valid
Y.5	0.684	0.349	Valid
Y.6	0.795	0.349	Valid
Y.7	0.756	0.349	Valid
Y.8	0.599	0.349	Valid

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan table 3.3 hasil olahan data tersebut seluruh variabel tersebut dianggap valid hal ini dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka ditarik kesimpulan bahwa pernyataan setiap variabel dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dikatakan reliabilitas yaitu dapat diandalkan dan dipercaya.³² Reliabilitas adalah instrument pengukur dikatakan reliable jika instrumen itu dalam mengukur gejala diwaktu yang berbeda tetap memperlihatkan hasil yang sama.³³ Angket dinyatakan *reliable* jika tanggapan responden diuji terus atau berulang-ulang tetap konsisten atau stabil. Agar memudahkan dalam perhitungannya maka peneliti memakai uji reliabilitas dengan memakai *SPSS*. Pada *SPSS* terdapat fasilitas yang berfungsi untuk melihat reliabilitas suatu variabel dengan melakukan uji statistik *cronbach alpha*, kuesioner dinyatakan *reliable* jika nilai *cronbach alpha* lebih kecil dari 0.60.³⁴

Cronbach's alpha merupakan koefisien reliabilitas yang memperlihatkan betapa bagus nilai pada himpunan secara positif berhubungan satu sama lain. Selain itu ditaksir dalam kebanyakan interkorelasi di sela nilai-nilai yang menimbang konsep. Jika *Cronbach's alpha* mendekati 1, maka semakin besar reliabilitas

³²Kuncoro dalam Anung Pramudyo, “Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)”, *JBMA1*, No. 1 (2012): 8.<http://www.amaypk.ac.id>.

³³S.Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Edisi 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 74.

³⁴ Andreas Aldo Gunawan, HP Sunardi, “Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gesit Nusa Tangguh”, *Jurnah Ilmiah Manajemen Bisnis* 16, No.1(Januari-Juni2016): 3, <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374>

konsistensi internal. Kebanyakan, reliabilitas $< 0,60$ dikatakan buruk, reliabilitas dalam kisar $0,70$ dapat diterima, dan reliabilitas yang melewati $0,80$ baik.³⁵

2. Analisis Deskriptif (*Descriptive Analyzing*)

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik masing-masing variabel serta dapat melakukan representasi objek masalah penelitian. Teknik analisis deskriptif menggunakan *mean* dan *grand mean*, digunakan untuk menghitung rata-rata dari variabel.

Adapun dalam teknik analisis data peneliti menggunakan rumus *mean*. Rumus *mean* digunakan untuk mengetahui nilai rata-rata dari setiap butir instrument.³⁶

$$\text{Mean } x = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan :

X : Rata-rata hitung/ mean

$\sum x$: Jumlah semua nilai

N : Jumlah responden

Setelah diketahui rata-rata dari jawaban responden, lalu dilakukan perhitungan menggunakan rumus *grand mean* untuk mengetahui rata-rata umum dari masing-masing butir pertanyaan. Rumus *grand mean* sebagai berikut :

$$\text{Grand Mean (x)} = \frac{\text{total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pertanyaan}}$$

³⁵Uma Sekaran, dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6 (Jakarta, Salemba 4:2017), 115.

³⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Ranika Cipta, 2006), 135.

Untuk mencari rentang skala dari jawaban responden menggunakan rumus dibawah ini :³⁷

$$R_s = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

R_s : Rentang Skala

M : Skor tertinggi

N : Skor terendah

b : Skala penilaian

maka perhitungan rentang skalanya sebagai berikut:

$$RS = \frac{4-1}{4}$$

$$RS = \frac{3}{4}$$

$$RS = 0,75$$

Sehingga rentang skalanya adalah 0,75 dengan rentang skala 0,75 kemudian dibuat skala penilaian sebagai berikut:

$3,25-4,00 =$ Sangat Tinggi

$2,50-3,25 =$ Tinggi

$1,75-2,50 =$ Rendah

$1,00-1,75 =$ Sangat Rendah

³⁷Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Cetakan kesepuluh, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 126.

3.Uji Asumsi Klasik

- Ujinormalitas memiliki maksud agar dapat mengetahui data yang diolah normal atau tidak.
- Uji Linearitas

Uji linearitas untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas.

- Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dipakai agar melihat bagaimana impak antara variabel bebas (literasi digital) dan terikat (dropship online bisnis berbasis e-commerce).³⁸ Sesudah dikerjakan pengintervalan data hasil kuesioner, maka persamaan analisis regresi yaitu:³⁹

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Dropship Online Bisnis Berbasis E-Commerce

X = Literasi Digital

a = Konstanta

b = Koefisien regresi Variabel

4. Uji Hipotesis

- Uji Parsial (Uji T)

³⁸Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta:Rineka Cipta,2010), 212.

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 227.

Uji t bertujuan agar diketahui berapa banyak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengetesan dikerjakan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5%.

Dasar pengambilan keputusan ada dua yaitu:

1) Berdasarkan nilai signifikan

- a) Jika nilai signifikan > 0.05 , maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

- b) Jika nilai signifikan < 0.05 , maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

2) Berdasarkan Thitung

- a) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh X terhadap Y
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh X terhadap Y

b. Uji Koefisien Determinasi (R)

Dipakai menimbang sampai dimana kapasitas model menjelaskan variabel terikat. Nilai R menunjukkan koefisien determinasi menimbang banyak persentase pergantian variabel dependen disebabkan variabel independen bersamaan.⁴⁰

⁴⁰Imam Ghazal, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi, 3 (Semarang, Badan Penerbit Universitas Ponegoro : 2005), 44.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lembaga Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada awalnya merupakan salah satu prodi di Fakultas Syariah saat IAIN Palopo masih berstatus STAIN. Fakultas Syariah terdiri atas beberapa prodi yaitu Hukum, Ekonomi Syariah dan Syariah. Kemudian pada tahun 2015 melalui Surat Keputusan Nomor 11 Tahun 2015 tentang alih status STAIN ke IAIN, maka Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palopo berganti Institut Agama Islam Negeri Palopo pada tanggal 14 Oktober 2014 dan diresmikan pada 23 Mei 2015 oleh Menteri Agama Republik Indonesia. Penyelenggaraan kegiatan akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo pertama kali dilaksanakan pada bulan April 2014 berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Nomor 11 tahun 2014.⁴¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam saat itu memiliki dua prodi yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Kemudian tahun 2017 meresmikan prodi baru yaitu Manajemen Bisnis Syariah. Akreditas untuk fakultas FEBI yaitu C dan untuk prodi Ekonomi Syariah berakreditas A. Perbankan Syariah berakreditas B dan Manajemen Bisnis Syariah masih berakreditas C. Semenjak diresmikan Fakultas Ekonomi dan

⁴¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, “Tentang Fakultas”, <https://febi.iainpalopo.ac.id/tentang-fakultas/>, 9 Februari 2022.

Bisnis Islam banyak memikat calon mahasiswa agar meneruskan pendidikan di IAIN Palopo.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki dua gedung yang baru saja diresmikan yaitu gedung Fakultas dan gedung perkuliahan.

2. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

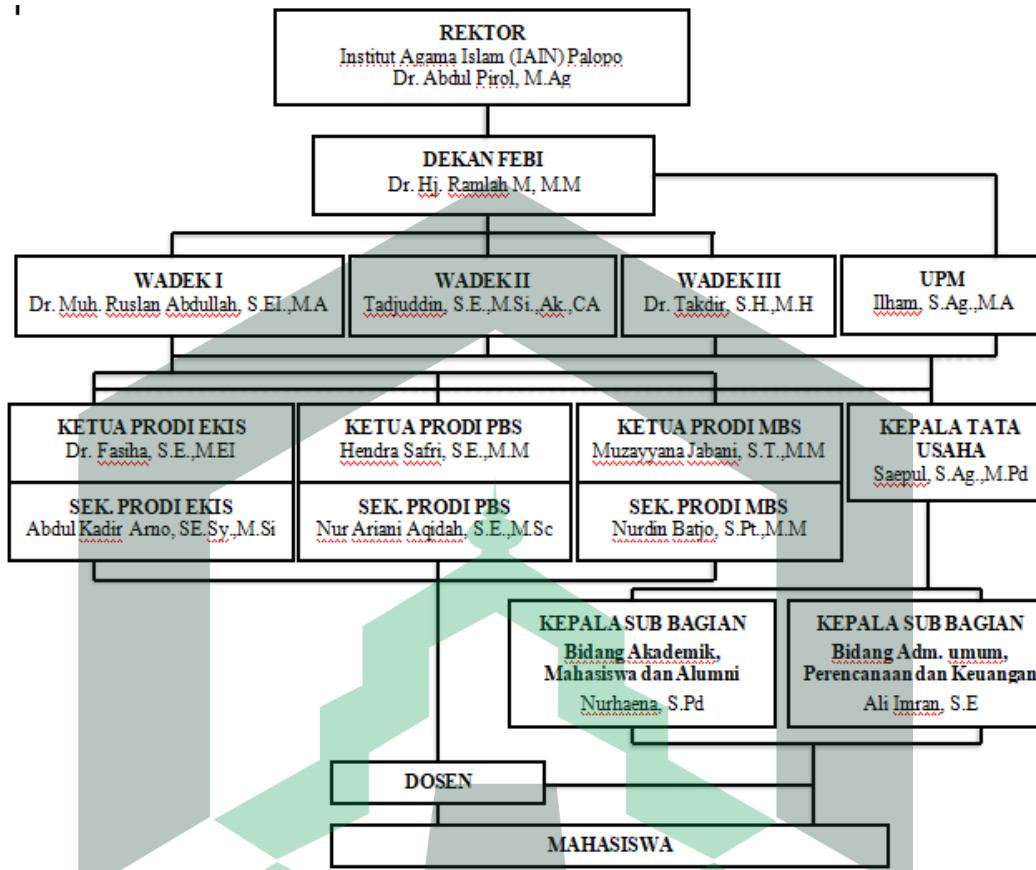
a. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Visi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ialah "Unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis Islam sebagai pajung peradaban"

Adapun misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam antara lain :

- 1) Menyelenggarakan kegiatan tridarma perguruan tinggi berbasis ekonomi Islam dengan merefleksikan integrasi keilmuan yang bermutu.
- 2) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antara lembaga internal dan eksternal untuk penguatan kelembagaan.
- 3) Mengembangkan dan menyebarluaskan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis Islam dengan jiwa entrepreneur.

b. Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



B. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian berfokus pada mahasiswa aktif perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri Palopo. Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah terkhusus angkatan 2018 dengan sampel penelitian yang digunakan berjumlah 34 mahasiswa. Adapun kriteria dalam penentuan sampel yaitu mahasiswa aktif prodi Ekonomi Syariah, yang pernah

maupun yang sementara menjalankan bisnis dropship online. Berlandaskan data, kriteria responden yang sama dengan data yang disediakan ialah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dikerjakan agar memberitahukan deskripsi mengenai variable dari penelitian ini yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum dan standar deviasi dari variable yang diteliti. Dari hasil olah data ringkasan mengenai statistik deskriptif dari masing-masing variable bisa diuraikan pada table berikut:

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori
LITERASI DIGITAL	34	41	60	49.32	5.050	Sangat Tinggi
DROPSHIP ONLINE	34	23	32	25.94	2.912	Tinggi
BERBASIS E-COMMERCE	34					
Valid N (listwise)	34					

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Tabel 4.1 menampilkan hasil statistik deskriptif pada variabel literasi digital diperoleh nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sebesar 60, mean sebesar 49.32 dan standar deviasi sebesar 5.050. Analisis statistik deskriptif pada dropship online berbasis e-commerce diperoleh nilai minimum sebesar 23, nilai maksimum sebesar 32, mean sebesar 25.94 dan standar deviasi sebesar 2.912.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Kelas

Deskripsi responden dilihat dari kelas pada penelitian ini merupakan semua mahasiswa aktif prodi ekonomi Syariah angkatan 2018 yang terbagi atas enam kelas yakni kelas A, B, C, D, E, dan F yang bisa diuraikan pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Kelas Responden

No	Kelas	Frekuensi	Percentase (%)
1	EKIS A	4	11,8%
2	EKIS B	10	29,4%
3	EKIS C	4	11,8%
4	EKIS D	8	23,5%
5	EKIS E	3	8,8%
6	EKIS F	5	14,7%
Jumlah		34	100%

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Tabel 4.2 menampilkan persentase responden dilihat dari kelas. Berlandaskan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari 34 responden yang paling banyak bersumber dari kelas Ekis B. Tabel diatas memperlihatkan sebesar 11,8% dari kelas Ekis A atau 4 mahasiswa, 29,4% bersumber dari Ekis B atau 10 mahasiswa, 11,8% dari kelas Ekis C atau 4 mahasiswa, 23,5% dari kelas Ekis D atau 8 mahasiswa, 8,8% dari kelas Ekis E atau 3 mahasiswa dan 14,7% dari ekis F atau 5 mahasiswa.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah dominan responden berasal dari kelas Ekis B. Ekis B di dominasi oleh mahasiswa yang pernah atau yang sementara menjalankan bisnis *dropship online berbasis e-commerce*.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin pada penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa aktif prodi ekonomi Syariah angkatan 2018 yang dapat diuraikan pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Percentase (%)
1	LAKI-LAKI	6	17,6%
2	PEREMPUAN	28	82,4%
Jumlah		34	100%

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Tabel 4.3 menampilkan persentase responden dilihat dari jenis kelamin. Berlandaskan dari hasil penelitian dapat diketahui dari 34 responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan. Tabel diatas memperlihatkan sebesar 17,6% berjenis kelamin laki-laki atau 6 mahasiswa dan 82,4% berjenis kelamin perempuan atau 28 mahasiswa.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah dominan responden berjenis kelamin perempuan yang didominasi oleh mahasiswa yang pernah atau yang sementara menjalankan bisnis *dropship online berbasis e-commerce*.

C. Analisis Data

1. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Jawaban responden tentang variabel Literasi Digital (X)

1) Pencarian di internet

Indikator pencarian internet diukur dengan 4 pernyataan. :

a) Saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform *e-commerce*

Untuk mengetahui indikator pencarian di internet, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform *e-commerce*. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.4

Saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform *e-commerce*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	19	76
	Setuju	3	15	45
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		34	121	
Mean			X= 121/34=3,55	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.4 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform *e-commerce*” dengan hasil jawaban 19 responden yang menjawab sangat setuju, 15

responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,55. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform *e-commerce* tergolong sangat tinggi.

b) Akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah saya dalam menggunakan platform *e-commerce*

Untuk mengetahui indikator pencarian di internet, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah dalam menggunakan platform *e-commerce*. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.5
akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah dalam menggunakan platform *e-commerce*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
				1
1	Sangat Setuju	4	13	52
	Setuju	3	21	63
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	115
Mean			$X= 115/34=3,38$	

Sumber : *hasil olah data primer,2021*

Berdasarkan pada tabel 4.5 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah dalam menggunakan platform *e-commerce*” dengan hasil jawaban 13 responden yang menjawab sangat setuju, 21 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,38. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah dalam menggunakan platform *e-commerce* oleh mahasiswa prodi ekonomi syariah tahun 2018 tergolong sangat tinggi.

- c) Dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet

Untuk mengetahui indikator pencarian di internet, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.6

Dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	11	44
	Setuju	3	23	69

Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		34	113
Mean	$X = 113/34 = 3,32$		

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.6 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet” dengan hasil jawaban 11 responden yang menjawab sangat setuju, 23 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,32. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah tahun 2018 dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet tergolong sangat tinggi.

d) Akses internet memudahkan dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform *e-commerce*

Untuk mengetahui indikator pencarian di internet, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu akses internet memudahkan dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform *e-commerce*. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.7

Akses internet memudahkan dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform *e-commerce*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah	Nilai Kuesioner
			Responden (N)	(Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	6	24
	Setuju	3	26	78
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Jumlah			34	105
Mean			$X = 105/34 = 3,08$	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.7 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “akses internet memudahkan dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform *e-commerce*” dengan hasil jawaban 6 responden yang menjawab sangat setuju, 26 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,08. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa akses internet memudahkan dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform *e-commerce* oleh mahasiswa prodi ekonomi syariah tahun 2018 tergolong tinggi.

2) Panduan arah hypertext

Indikator panduan arah hypertext diukur dengan 3 pernyataan :

- a) Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan *e-commerce*

Untuk mengetahui indikator panduan arah hypertext, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan *e-commerce*. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.8

Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan *e-commerce*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	14	56
	Setuju	3	19	57
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	115
Mean			$X = 115/34 = 3,38$	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.8 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan *e-commerce*” dengan hasil jawaban 14 responden

yang menjawab sangat setuju, 19 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,38. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan *e-commerce* tergolong sangat tinggi.

- b) Dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform *e-commerce*

Untuk mengetahui indikator panduan arah hypertext, maka pada indikator ini diberikan pernyataan dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform *e-commerce*. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.9

Dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform *e-commerce*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	10	40
	Setuju	3	22	66
	Tidak Setuju	2	2	4
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	110
Mean			$X = 110/34 = 3,23$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.9 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform *e-commerce*” dengan hasil jawaban 10 responden yang menjawab sangat setuju, 22 responden yang menjawab setuju, 2 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,23. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform *e-commerce* tergolong tinggi.

c) Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi *e-commerce*

Untuk mengetahui indikator panduan arah hypertext, maka pada indikator ini diberikan pernyataan Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi *e-commerce*. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.10

Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi *e-commerce*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	11	44
	Setuju	3	23	69

Tidak Setuju	2	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		34	113
Mean	$X = 113/34 = 3,32$		

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.10 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi *e-commerce*” dengan hasil jawaban 11 responden yang menjawab sangat setuju, 23 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,32. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi *e-commerce* tergolong sangat tinggi.

3) Evaluasi konten infomasi

Indikator evaluasi konten informasi diukur dengan 4 pernyataan :

- Sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya

Untuk mengetahui indikator evaluasi konten informasi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.11

Sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	14	56
	Setuju	3	20	60
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	116
Mean			$X = 116/34 = 3,41$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.11 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya” dengan hasil jawaban 14 responden yang menjawab sangat setuju, 20 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,41. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya tergolong sangat tinggi.

- b) Membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce

Untuk mengetahui indikator evaluasi konten informasi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.12

Membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	13	52
	Setuju	3	21	63
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	115
Mean			$X = 115/34 = 3,38$	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.12 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce” dengan hasil jawaban 13 responden yang menjawab sangat setuju, 21 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata

3,38. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce tergolong sangat tinggi.

- c) Selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce

Untuk mengetahui indikator evaluasi konten informasi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.13

selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	16	64
	Setuju	3	18	54
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	118
Mean			$X = 118/34 = 3,47$	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.13 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce“ dengan hasil jawaban 16

responden yang menjawab sangat setuju, 18 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,47. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce tergolong sangat tinggi.

d) Sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya

Untuk mengetahui indikator evaluasi konten informasi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.14

Sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
				1
1	Sangat Setuju	4	10	40
	Setuju	3	22	66
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Jumlah			34	109
Mean			$X = 109/34 = 3,20$	

Berdasarkan pada tabel 4.14 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya “ dengan hasil jawaban 10 responden yang menjawab sangat setuju, 22 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,20. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya tergolong tinggi.

4) Penyusunan pengetahuan

Indikator penyusunan pengetahuan diukur dengan 4 pernyataan :

- a) Adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce

Untuk mengetahui indikator penyusunan pengetahuan, maka pada indikator ini diberikan pernyataan adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.15

adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	6	24
	Setuju	3	26	78
	Tidak Setuju	2	1	2

Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Jumlah		34	105
Mean	$X = 105/34 = 3,08$		

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.15 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce” dengan hasil jawaban 6 responden yang menjawab sangat setuju, 26 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,08. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce tergolong tinggi.

b) Selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen

Untuk mengetahui indikator penyusunan pengetahuan, maka pada indikator ini diberikan pernyataan selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.16

Selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)

1	Sangat Setuju	4	9	36
	Setuju	3	22	66
	Tidak Setuju	2	2	4
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
	Jumlah		34	107
Mean		$X = 107/34 = 3,14$		

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.16 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen “ dengan hasil jawaban 9 responden yang menjawab sangat setuju, 22 responden yang menjawab setuju, 2 responden yang menjawab tidak setuju dan 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,14. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen tergolong tinggi.

- c) Selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengupdate produk yang akan saya jual

Untuk mengetahui indikator penyusunan pengetahuan, maka pada indikator ini diberikan pernyataan selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengupdate produk yang akan saya jual.

Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.17

Selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengaupdate produk yang akan saya jual

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	10	40
	Setuju	3	19	57
	Tidak Setuju	2	4	8
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Jumlah			34	106
Mean			$X = 106/34 = 3,11$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.17 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengaupdate produk yang akan saya jual “ dengan hasil jawaban 10 responden yang menjawab sangat setuju, 19 responden yang menjawab setuju, 4 responden yang menjawab tidak setuju dan 1 responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,11. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengaupdate produk yang akan saya jual tergolong tinggi.

- d) Selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya

Untuk mengetahui indikator penyusunan pengetahuan, maka pada indikator ini diberikan pernyataan selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.18

Selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah	Nilai Kuesioner
			Responden (N)	(Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	10	40
	Setuju	3	21	63
	Tidak Setuju	2	3	6
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	109
Mean			$X = 109/34 = 3,20$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.18 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya“ dengan hasil jawaban 10 responden yang menjawab sangat setuju, 21 responden yang menjawab setuju, 3 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,20. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25.

Angka tersebut menunjukkan bahwa selalu melakukan crosscheck terhadap setiap

transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya tergolong tinggi.

Tabel 4.19
Hasil Analisis Keseluruhan Variabel Literasi Digital (X)

Indikator	Butir pernyataan	Nilai	Kategori
Pencarian dinternet	Saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform e-commerce	3,55	Sangat Tinggi
	Akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah saya dalam menggunakan platform e-commerce	3,38	Sangat Tinggi
	Saya dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet	3,32	Sangat Tinggi
	Akses internet mempermudah saya dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform ecommerce	3,08	Tinggi
	Jumlah	13,33/4=3,33	
Panduan arah hypertext	Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan e-commerce	3,38	Sangat Tinggi
	Dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform e-commerce	3,23	Tinggi
	Penggunaan web browser dapat	3,32	Sangat

Evaluasi konten informasi	memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi e-commerce	9,93/3=3,31	Tinggi
	Sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya	3,41	Sangat Tinggi
	Saya membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce	3,38	Sangat Tinggi
	Saya selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce	3,47	Sangat Tinggi
	Sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya	3,20	Tinggi
Penyusunan pengetahuan	Jumlah	13,46/4=3,36	
	Adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce	3,08	Tinggi
	Saya selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren	3,14	Tinggi

seputar kebutuhan konsumen		
Saya selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce	3,11	Tinggi
untuk mengupdate produk yang akan saya jual		
Saya selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya	3,20	Tinggi
Jumlah	12,53/4=3,13	

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan nilai rata-rata dari setiap indikator yang ada. Setelah diketahui rata-rata dari setiap indikator pada variabel literasi digital (x), maka selanjutnya akan dihitung total keseluruhan nilai dengan rumus *grand mean* berikut ini :

$$Grand\ mean\ (x) = \frac{\text{total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pertanyaan}} = \frac{13,13}{4} 3,28$$

Berdasarkan hasil perhitungan keseluruhan dari indikator jumlah yang digunakan, diperoleh nilai rata-rata 3,28. Dapat disimpulkan angka tersebut dikategorikan sangat tinggi karena berada di antara interval 3,25-4,00.

b. Jawaban responden tentang variabel dropship online bisnis berbasis e-commerce (Y)

1) Kemudahan penggunaan *e-commerce*

Indikator pencarian internet diukur dengan 4 pernyataan. :

a) *E-commerce* membantu dalam melakukan pencarian informasi

Untuk mengetahui indikator kemudahan pengguna *e-commerce*, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu *e-commerce* membantu saya dalam melakukan pencarian informasi. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.20

E-commerce membantu dalam melakukan pencarian informasi

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	12	48
	Setuju	3	21	63
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	113
Mean			$X = 113/34 = 3,32$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.20 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “*e-commerce* membantu saya dalam melakukan pencarian informasi” dengan hasil jawaban 12 responden yang menjawab sangat setuju, 21 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,32. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* membantu dalam melakukan pencarian informasi tergolong sangat tinggi.

b) *E-commerce* memudahkan dalam kegiatan dropship online

Untuk mengetahui indikator kemudahan pengguna *e-commerce*, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu *e-commerce* memudahkan saya dalam kegiatan dropship online. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.21

E-commerce memudahkan saya dalam kegiatan dropship online

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	10	40
	Setuju	3	24	72
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	112
Mean			$X = 112/34 = 3,29$	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.21 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “*e-commerce* memudahkan saya dalam kegiatan dropship online” dengan hasil jawaban 10 responden yang menjawab sangat setuju, 24 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,29. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* memudahkan dalam kegiatan dropship online tergolong sangat tinggi.

c) *E-commerce* memudahkan saya dalam proses transaksi

Untuk mengetahui indikator kemudahan pengguna *e-commerce*, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu *e-commerce* memudahkan saya dalam proses transaksi. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.22
E-commerce memudahkan dalam proses transaksi

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner
				(Σx)
1	Sangat Setuju	4	7	28
	Setuju	3	27	81
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	109
Mean			$X = 109/34 = 3,20$	

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.22 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “*e-commerce* memudahkan saya dalam proses transaksi” dengan hasil jawaban 7 responden yang menjawab sangat setuju, 27 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,20. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* memudahkan saya dalam proses transaksi tergolong tinggi.

- d) *E-commerce* memudahkan dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli

Untuk mengetahui indikator kemudahan pengguna *e-commerce*, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu *e-commerce* memudahkan dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.23

E-commerce memudahkan dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	9	36
	Setuju	3	24	72
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	110
Mean				$X = 110/34 = 3,23$

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.23 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “*e-commerce* memudahkan saya dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli” dengan hasil jawaban 9 responden yang menjawab sangat setuju, 24 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,23.

Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa e-commerce memudahkan dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli tergolong tinggi.

2) Kompleksitas transaksi

Indikator kompleksitas transaksi diukur dengan 4 pernyataan :

- a) Berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik

Untuk mengetahui indikator kompleksitas transaksi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik . Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.24

Berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah	Nilai Kuesioner
			Responden (N)	(Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	14	56
	Setuju	3	20	60
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	116
Mean			$X = 116/34 = 3,41$	

Sumber : hasil olah data primer,2021

Berdasarkan pada tabel 4.24 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik” dengan hasil jawaban 14 responden yang menjawab sangat setuju, 20 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,41. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik tergolong sangat tinggi.

b) Serangkain proses transaksi yang disediakan oleh platform e-commerce memudahkan dalam mengelolah bisnis dropship online

Untuk mengetahui indikator kompleksitas transaksi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu serangkain proses transaksi yang disediakan oleh platform *e-commerce* memudahkan dalam mengelolah bisnis dropship online menunjukkan bahwa platform *e-commerce* tersebut memiliki daya tarik . Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.25

Serangkain proses transaksi yang disediakan oleh platform e-commerce memudahkan dalam mengelolah bisnis dropship online

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
----	--------------------	-------------	----------------------	--------------------------------

1	Sangat Setuju	4	6	24
	Setuju	3	27	81
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Jumlah		34	107
Mean		$X = 107/34 = 3,14$		

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.25 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “serangkain proses transaksi yang disediakan oleh platform e-commerce memudahkan saya dalam mengelolah bisnis dropship online” dengan hasil jawaban 6 responden yang menjawab sangat setuju, 27 responden yang menjawab setuju, 1 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,14. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik tergolong tinggi.

- c) Semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya

Untuk mengetahui indikator kompleksitas transaksi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu semakin banyak konsumen yang menyelesaikan

pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya . Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.26

Semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah	Nilai Kuesioner
			Responden (N)	(Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	9	36
	Setuju	3	25	75
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	111
Mean			$X = 111/34=3,26$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.26 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya” dengan hasil jawaban 9 responden yang menjawab sangat setuju, 25 responden yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,26. Angka tersebut berada di rentang skala 3,25-4,00. Angka tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak

konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya tergolong sangat tinggi.

- d) Banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan

Untuk mengetahui indikator kompleksitas transaksi, maka pada indikator ini diberikan pernyataan yaitu banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan. Maka diperoleh jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 4.27

Banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	Jumlah Responden (N)	Nilai Kuesioner (Σ_x)
1	Sangat Setuju	4	5	20
	Setuju	3	26	78
	Tidak Setuju	2	3	6
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			34	104
Mean			$X = 104/34 = 3,05$	

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.27 yang menunjukkan 34 responden yang menjawab pernyataan “banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan” dengan hasil jawaban 5 responden yang menjawab sangat setuju, 26 responden yang menjawab

setuju, 3 responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Hasil perhitungan ini menggunakan rumus *mean* dengan hasil nilai rata-rata 3,05. Angka tersebut berada di rentang skala 2,50-3,25. Angka tersebut menunjukkan bahwa banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan saya dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan saya tergolong tinggi.

Tabel 4.28

Hasil Analisis Keseluruhan Variabel Dropship Online Bisnis berbasis *E-commerce*

Indikator	Butir pernyataan (Y)	Nilai	Kategori
Kemudahan pengguna <i>E-commerce</i>	E-commerce memudahkan saya dalam melakukan pencarian	3,32	Sangat Tinggi
	E-commerce memudahkan saya dalam kegiatan dropship online	3,29	Sangat Tinggi
	E-commerce memudahkan saya dalam proses transaksi	3,20	Tinggi
	E-commerce memudahkan saya dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli.	3,23	Tinggi
Jumlah		13,04/4=3,26	
Kompleksitas transaksi	Berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik	3,41	Sangat Tinggi
	Serangkain proses transaksi yang	3,14	Tinggi

disediakan oleh platform e-commerce memudahkan saya dalam mengelolah bisnis dropship online.	
Semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya	3,26
Banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan saya dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan saya	3,05
Jumlah	12,86/3=3,21

Berdasarkan tabel 4.28 menunjukkan nilai rata-rata dari setiap indikator yang ada. Setelah diketahui rata-rata dari setiap indikator pada variabel dropship online bisnis berbasis *e-commerce* (y), maka selanjutnya akan dihitung total keseluruhan nilai dengan rumus *grand mean* berikut ini :

$$\text{Grand mean (x)} = \frac{\text{total rata-rata hitung}}{\text{jumlah pertanyaan}} = \frac{6,47}{2} = 3,23$$

Berdasarkan hasil perhitungan keseluruhan dari indikator jumlah yang digunakan, diperoleh nilai rata-rata 3,23. Dapat disimpulkan angka tersebut dikategorikan tinggi karena berada di antara interval 2,50-3,25.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - a. Uji Validitas

Uji validitas kuesioner dimana kriteria pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0.05 dan $df = n-2$, maka alat ukur dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut tidak valid. Pernyataan yang tidak valid tidak akan disertakan pada pengolahan data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan indikator *cronbach alpha*, apabila nilai *cronbach alpha* > 0.6 menunjukkan instrumen yang digunakan reliable. Uji realibilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.29 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	(0.6)	Ket
X	0.875	0.6	Reliable
Y	0.901	0.6	Reliable

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach alpha* > 0.6 menunjukkan instrumen yang digunakan reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Asumsi Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik. Cara yang dipakai dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*.

- 1) Jika nilai sig. > 0.05 maka nilai residual berdistribusi normal.

- 2) Jika nilai $sig. < 0.05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Jika signifikansi pada nilai $Kolmogorov-smirnov < 0.05$ maka H_1 ditolak, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai $Kolmogorov-smirnov > 0.05$ H_1 diterima, jadi data residual berdistribusi normal. Uji asumsi normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.30 Uji Asumsi Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40967722
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.099
	Negative	-.138
Test Statistic		.138
Asymp. Sig. (2-tailed)		.101 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan hasil tabel uji normalitas diatas diketahui bahwa nilai signifikan $0.101 > 0.05$. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal.

b. Asumsi Linearitas

Asumsi linearitas adalah asumsi untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

- 1) Jika nilai $Sig. deviation from linearity > 0.05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

- 2) Jika nilai $\text{Sig. deviation from linearity} < 0.05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tujuan dari uji linearitas :

- 1) Membuktikan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan yang linear dengan variabel terikat.
- 2) Menguji model persamaan regresi suatu variabel Y atau suatu variabel X.
- 3) Menentukan teknik analisis data yang dipilih, dapat digunakan atau tidak.

Uji asumsi linearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.31 Uji Asumsi Linearitas

		ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		Between Groups						
Dropship Online bisnis berbasis e-commerce * Literasi Digital		Linearity		270.049	15	18.003	32.955	.266
		Deviation from Linearity		214.305	1	214.305	392.287	.001
		Within Groups		55.744	14	3.982	7.289	.639
		Total		9.833	18	.546		
				279.882	33			

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai $\text{Sig. deviation from linearity}$ sebesar $0.639 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara literasi digital dengan *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

4. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (litrasi digital) terhadap variabel terikat (*dropship online bisnis*

berbasis e-commerce). Uji regresi linear sederhana pada penlitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.32 Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.049	2.446		.429	.671
X	.505	.049	.875	10.226	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data primer, 2021

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$= 1.049 + 0.505 X_1$$

Dari persamaan diatas bahwa konstanta sebesar 1. 049 artinya jika variabel literasi digital nilainya adalah 0 maka *dropship online bisnis berbasis e-commerce* tetap bernilai 1.049. Koefisiensi regresi variabel literasi digital (X) sebesar 0.505. Jika variabel literasi digital mengalami kenaikan 1% maka *dropship online bisnis berbasis e-commerce* akan mengalami kenaikan sebesar 0.505. Koefisiensi bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara literasi digital dan *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu literasi digital terhadap variabel dependen yaitu *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

a. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen yaitu literasi digital secara individual mamparkan variabel dependen yaitu *dropship online bisnis berbasis e-commerce*. Uji persial ini dilakukan dengan membandingkan nilai α (alpha).

1) Menentukan rumusan hipotesis

$H_0 : \beta = 0$, artinya literasi digital tidak berpengaruh terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

$H_1 : \beta \neq 0$, artinya literasi digital berpengaruh terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

2) Menentukan tingkat signifikan (α)

Taraf signifikan yang digunakan 0.05 atau 5%

3) Menentukan nilai t_{hitung} dan t_{tabel}

Nilai t_{hitung} adalah 10.226 dan nilai $\alpha = 0.05$. Derajat bebas (df) = $n-k-1$ atau $34-1-1=32$. Kemudian ditentukan t_{tabel} sebesar 2.036.

4) Kriteria pengujian

5) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Tabel 4.33 Uji t

Variabel	T	Sig.
Literasi Digital (X)	10.226	0.000

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan sebagai berikut :

- 1) Nilai t_{hitung} sebesar 10.226 maka diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10.226 > 2.036$) atau nilai $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel literasi digital terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* mahasiswa prodi Ekonomi Syariah 2018.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipakai untuk menimbang seberapa besar pengaruh kemampuan variabel bebas literasi digital (X) terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* (Y) mahasiswa prodi Ekonomi Syariah tahun 2018. Semakin dekat R^2 dengan nilai 1 maka semakin kuat korelasi variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.766	.758	1.432

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : *hasil olah data primer, 2021*

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien korelasi yang diperolehialah sebanyak 0.875 artinya dalam kategori kuat. Besarnya angka koefisien determinasi (R^2) adalah 0.766 sama dengan 76.6% yang artinya bahwa variabel literasi digital (X) memiliki pengaruh sebesar 76.6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tiga program studi diantaranya ekonomi syariah, perbankan syariah dan manajemen syariah. Program studi ekonomi syariah memiliki jumlah mahasiswa mencapai 2018 untuk angkata 2018. Pada penlitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa program studi ekonomi syariah terkhusus angkatan 2017. Populasi pada penelitian ini tidak memungkinkan untuk dijadikan subjek karena keterbatasan waktu dan hal lain. Maka dari itu peneliti menggunakan sampel. Sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dimana penentuan sampel dilakukan dengan beberapa pertimbangan atau berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dimaksud pada penelitian ini yaitu sampel merupakan mahasiswa program studi konomi syariah terkhusus angkatan 2018 yang pernah atau sementara menjalankan bisnis dropship online.

Deskripsi karakteristik responden pada penelitian ini ada tiga. Pertama statistik deskriptif dikerjakan agar memberitahukan deskripsi mengenai variabel dari penelitian ini. Kedua karakteristik responden berdasarkan kelas. Prodi ekonomi syariah angkatan 2018 memiliki enam kelas yang dibagi menjadi kelas A, B, C, D, E, dan F. Karakteristik ini akan menjadi penentu jumlah mahasiswa yang pernah atau

sementara menjalankan *dropship bisnis online berbasis e-commerce*. Berdasarkan olah data yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah terkhusus angkatan 2018 yang pernah atau sementara menjalankan bisnis dropship online adalah Ekis B.

Ketiga, responden berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan olah data yang dilakukan peneliti, jumlah responden dalam penelitian ini di domonasi oleh perempuan. Hal ini dapat dipahami karena *e-commerce* merupakan bentuk transaksi melalui dunia maya sehingga aspek resiko menjadi hal yang banyak dipertimbangkan.

Indikator dari literasi digital ada empat yaitu pencarian di internet, panduan arah hypertext, evaluasi konten informasi, dan penyusunan pengetahuan. Keempat indikator ini berperan sebagai fasilitas dalam penggunaan teknologi. 1) Pencarian di internet mengacu pada kemampuan seseorang untuk menggunakan internet dan melakukan berbagai aktivitas pencarian di dalamnya. 2) Panduan arah hypertext mengacu pada keterampilan seseorang untuk memahami navigasi (pandu arah) tentang cara kerja web. 3) Evaluasi konten informasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk berpikir kritis dan memberikan penilaian terhadap apa yang ditemukan secara online di sertai dengan kemampuan untuk mengidentifikasi keabsahan dan kelengkapan informasi. 4) Penyusunan pengetahuan mengacu pada kemampuan menggunakan berbagai jenis media untuk memperoleh kebenaran dari suatu informasi.

Sedangkan indikator *e-commerce* ada dua yaitu kemudahan penggunaan *e-commerce* dan kompleksitas transaksi. 1) Kemudahan penggunaan *e-commerce*

kecenderungan memberikan kemudahan bagi produsen . 2) Kompleksitas transaksi kecenderungan terhadap proses transaksi yang akan dilakukan.

Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti terhadap indikator variabel X (literasi digital) yaitu pencarian di internet, indikator panduan arah hypertext, evaluasi konten informasi dan penyusunan pengetahuan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Indikator pencarian internet diukur dengan empat pernyataan, untuk pernyataan 1 tentang “saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform e-commerce”, untuk pernyataan 2 tentang “akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah saya dalam menggunakan platform e-commerce”, untuk pernyataan 3 tentang “saya dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet”, dan untuk pernyataan 4 tentang “akses internet mempermudah saya dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform e-commerce”.
2. Indikator panduan arah hypertext diukur dengan tiga pernyataan, untuk pernyataan 1 tentang “adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan e-commerce”, untuk pernyataan 2 tentang “dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform e-commerce”, dan untuk pernyataan 3 tentang “penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi e-commerce”.
3. Indikator evaluasi konten informasi diukur dengan empat pernyataan, untuk pernyataan 1 tentang “sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan

evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya”, untuk pernyataan 2 tentang “saya membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce”, untuk pernyataan 3 tentang “saya selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce”, dan untuk pernyataan 4 tentang “sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya”.

4. Indikator penyusunan diukur dengan empat pernyataan, untuk pernyataan 1 tentang “adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce”, untuk pernyataan 2 tentang “saya selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen”, untuk pernyataan 3 tentang “saya selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengupdate produk yang akan saya jual”, dan untuk pernyataan 4 tentang “saya selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya”.

Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah terkhusus angkatan 2018 sebagian besar menganggap literasi digital berpengaruh terhadap dropship onlien berbasis e-commerce.

Kemudian untuk individu Y (E-commerce) yaitu kemudahan penggunaan *e-commerce* dan kompleksitas transaksi dapat dilihat sebagai berikut :

1. Indikator kemudahan penggunaan *e-commerce* dengan empat pernyataan, untuk pernyataan 1 tentang “e-commerce membantu saya dalam melakukan pencarian informasi”, untuk pernyataan 2 tentang “e-commerce memudahkan saya dalam kegiatan dropship online”, untuk pernyataan 3 tentang “e-commerce memudahkan saya dalam proses transaksi”, dan untuk pernyataan 4 tentang “e-commerce memudahkan saya dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli”.
2. Indikator kompleksitas transaksi dengan empat pernyataan, untuk pernyataan 1 tentang “berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik”, untuk pernyataan 2 tentang “serangkaian proses transaksi yang disediakan oleh platform e-commerce memudahkan saya dalam mengelolah bisnis dropship online”, untuk pernyataan 3 tentang “semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya”, dan untuk pernyataan 4 tentang “banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan saya dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan saya”.

Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah terkhusus angkatan 2018 sebagian besar merasakan manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *e-commerce*.

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.9 diketahui bahwa untuk variabel X literasi digital memiliki 15 pernyataan yang valid sedangkan untuk variabel Y

dropship online bisnis berbasis e-commerce memiliki 8 pernyataan yang valid. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel signifikan artinya $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Hasil uji raelibilitas dapat dilihat pada tabel 4.10 diketahui bahwa untuk variabl X literasi digital memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0.875 sedangkan untuk variabel Y *dropship online bisnis berbasis e-commerce* memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0.901. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach alpha* > 0.6 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan realible.

Uji asumsi klasik menggunakan dua asumsi yaitu asumsi normalitas dan linearitas. Hasil uji asumsi normalitas dapat dilihat pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai Sig. sebesar $0.101 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Hasil uji asumsi linearitas dapat dilihat pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai Sig. sebesar $0.639 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel X literasi digital terhadap variabel Y *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

Hasil uji regresi sederhana dapat dilihat pada tabel 4.13 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$= 1.049 + 0.505X$$

Persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa koefisiensi regresi variabel X literasi digital sebesar 0.505. Koefisiensi bernilai positif sehingga semakin baik literasi digital seseorang maka akan meningkatkan *dropship online bisnis berbasis e-commerce*.

Uji hipotesis dilakukan dengan cara uji t dan uji r^2 . Hasil untuk uji t dapat dilihat pada tabel 4.14 diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $10.226 > 2.036$ atau nilai $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X literasi digital terhadap variabel Y *dropship online bisnis berbasis e-commerce* prodi ekonomi syariah angkatan 2018. Hasil untuk uji r^2 dapat dilihat pada tabel 4.15 diketahui bahwa nilai kofisien korelasi sebesar 0.875 artinya masuk dalam kategori kuat. Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0.766 sama dengan 76.6% yang artinya bahwa variabel X literasi digital memiliki pengaruh sebesar 76.6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa literasi digital berpengaruh positif secara langsung terhadap kesuksesan dropship online bisnis berbasis e-commerce prodi ekonomi syariah tahun 2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian tentang pengaruh literasi digital terhadap *dropship online business berbasis e-commerce* prodi ekonomi syariah tahun 2018, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa variabel literasi digital mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* prodi ekonomi syariah tahun 2018. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian yang menunjukkan pada variabel literasi digital memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $10.226 > 2.036$ atau nilai $0.000 < 0.05$ maka H_1 diterima. Hasil koefisien determinasi (R^2), variabel literasi digital mempunyai pengaruh terhadap *dropship online bisnis berbasis e-commerce* sebesar 76.6% dan untuk 23.4% dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai literasi digital sehingga dapat meningkatkan penjualan online berbasis *e-commerce* serta bisnis dropship online dan bisa lebih luas jangkauan pasarnya.
2. Bagi mahasiswa dapat mempertahankan penerapan literasi digital untuk berwirausaha tersebut, bisa dengan berlatih berwirausaha sejak dini.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan pengaruh literasi digital terhadap dropship

4. online bisnis berbasis e-commerce agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
5. Untuk Penelitian selanjutnya, penelitian ini perlu diuji lagi dengan menggunakan variabel lain seperti literasi ekonomi atau efikasi diri untuk menguji seberapa besar pengaruhnya terhadap dropship online bisnis berbasis e-commerce, selain dari variabel literasi digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Nur Diana, dan Afifuddin, “Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan E-Commerce (Studi pada Perusahaan Sub Sector Retail Trade dalam Index Saham Syariah Indonesia di Bursa Efek Indonesia),” *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 10, No. 3 (Februari 2020): 25, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/10387>.
- Al-Kahlany, *Subul al-Salam* , Jilid 4 (Bandung: Dahlan, t.th.)
- Aman, Mustar, “Pemanfaatan E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan dengan Pendekatan Sistem Berorientasi Objek pada D’Shop,” *Jurnal IPSIKOM* 9, No.1 (Juni 2021): 33, https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/190.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Ranika Cipta, 2006)
- Ayu, Sandra dan Ahmad Lahmi, “ Peran E-Commerce terhadap Perekonomian Indonesia selama Pandemi Covid-19,” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9, No.2 (2020): 116, <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>.
- Azwar, Syaifuddin, *Metode Penelitian*, Cetakan kesepuluh, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, “Tentang Fakultas”, <https://febi.iainpalopo.ac.id/tentang-fakultas/>, 9 Februari 2022.

Fasiha, *Islamic Finance (Konsep Dasar dan Aplikasi dalam Lembaga Keuangan Syariah)*, (Palopo: Laska Perubahan, 2016).

Ghozal, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi, 3 (Semarang, Badan Penerbit Universitas Ponegoro : 2005).

Gilster, *Digital Literacy* (New York: Wiley, 1997)

Gunawan, Andreas Aldo, dan HP Sunardi, "Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gesit Nusa Tangguh", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 16, No.1(Januaru Juni 2016): 3, <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374>.

Hadi, Purnomo Catur, *Jualan Online Tanpa Repot dengan Dropshipping* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012).

Hanik , Elya Umi, "Self Directed Learning Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Madrasah Ibtidaiyah", *Jurnal Elementary Islamic Teacher* 8, No. 1 (2020): 192-196, <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/elementary>.

Hasanah, Ulfa Uswatun dan Khasan Setiaji, "Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkunga Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business," *Jurnal Economic Education Analysis* 8, No. 3 (2019): 1198, <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35715>.

Irhandayaningsih, Ana, "Pengukuran Literasi Digital pada Pada Peserta Pembelajaran Daring di Masa Pendemi Covid19" *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan*

- Informasi* 4, No. 2 (2020): 232-233, <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.231-240>.
- Jeni dkk, “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa,” *Jurnal Of Economics, Entrepreneurship and Innovation* 2, No.1 (Mei 2021): 18, <https://doi.org/10.31960/ijoeei.v2i1.1038>.
- Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2007).
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya* (Surabaya: Halim, 2013).
- Laudon, Kenneth C. dan Carol Guercio Traver, *E-Commerce 2012 (Business, Technology, Society)* (Harlow: Pearson Education, 2012)
- Muhammad, Mahmudah Mulia, “ *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, No. 1 (2020): 80-81, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>.
- Mumtaha, Hani Atun dan Halwa Annisa Khoiri,”Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce)” *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik* 4, No. 2 (September 2019), <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Palevy, Muhammad Reza, Hafas Furqani, dan Nevi Hasnita, “Sistem Transaksi dan Pertanggungan Risiko dalam Jual Beli Dropshipping menurut Perspektif Ekonomi Islam, ” *Jurnal Of Sharia Economics*, Vol. 1, No.2 (November 2020), 99, <https://doi.org/10.22373/jose.v1i2.642>.

Pramudyo,Kuncoro dalam Anung, “Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)”, *JBMA1*, No. 1 (2012): 8.<http://www.amaypk.ac.id>.

Prasetyo , Adhi et al., *Konsep Dasar E-Commerce* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021).

S.Nasution, *Metode Research (PenelitianIlmiah)*, Edisi1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2001).

Sekaran, Uma, dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6 (Jakarta,Salemba 4:2017).

Sinarsih, Rusdin Muhalling, dan Kartini, “ Dropship dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau dari Hukum Islam (Studi Kasus di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari),” *Jurnal Sharia Economic Law Review* 2, No.1 (2020): 127-128,<https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/fawaid/article/view/2904>.

Sugiyono, *Ilmu Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta tahun 2012).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta,2006)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014).

Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*(Jakarta:Rineka Cipta,2010).

Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian*, Jilid I (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2014).

Sulianta, Feri, *Terobosan Berjualan Online Dropshipping* (Yogyakarta: Andi, 2014).

Suyudi, Mohammad, "Jual Beli Online dengan Sistem Dropship Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif Indonsia," *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, No.3 (Maret 2021): 398, <https://doi.org/10.36418/jist.v2i3.105>.

Syafii, Ahmad, *Step By Step Bisnis Dropshipping dan Reseller*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013).

Veranita, Mira dkk, "Empowering UMKM dengan Pemanfaatan Digital Marketing di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar)," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, No.2 (2021): 160-161, <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.585>

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Dropship Online Bisnis Berbasis E-Commerce Prodi Ekonomi Syariah Tahun 2018

Variabel X (Literasi Digital)		
Variabel	Indikator	Pernyataan
Literasi Digital	pencarian di internet	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform e-commerce 2. Akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah saya dalam menggunakan platform e-commerce 3. Saya dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet 4. Akses internet mempermudah saya dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform e-commerce
	panduan arah hypertext	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan e-commerce 2. Dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform e-commerce 3. Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi e-commerce
	Evaluasi konten informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya 2. Saya membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce 3. Saya selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce 4. Sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya

	Penyusunan pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce 2. Saya selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen 3. Saya selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengupdate produk yang akan saya jual 4. Saya selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya
--	------------------------	---

Variabel Y (<i>Dropship Online Bisnis Berbasis E-Commerce</i>)		
Variabel	Indikator	Pernyataan
Dropship Online Bisnis Berbasis E-Commerce	Kemudahan penggunaan e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> 1. E-commerce membantu saya dalam melakukan pencarian informasi 2. E-commerce memudahkan saya dalam kegiatan dropship online 3. E-commerce memudahkan saya dalam proses transaksi 4. E-commerce memudahkan saya dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli.
	Kompleksitas transaksi dengan indikatornya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik 2. Serangkaian proses transaksi yang disediakan oleh platform e-commerce memudahkan saya dalam mengelolah bisnis dropship online 3. Semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya 4. Banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan saya dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan saya

KUESIONER PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara/i, adapun kriteria jawabannya sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Dan diharapkan tidak ada satu nomor pun yang terlewatkan dalam mengisi skala ini.
3. Gunakan tanda (✓) untuk jawaban yang anda pilih.

BAGIAN I (Identifikasi Responden)

1. Nama :
2. Kelas :
3. Apakah Anda memiliki bisnis *dropship online berbasis e-commerce*
4. Apakah Anda pernah menjalankan bisnis *dropship onlin berbasis e-commerce*

BAGIAN II

Variabel X (Literasi Digital)

Indikator pencarian di internet						
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	
1.	Saya sering melakukan kegiatan dropship online melalui platform e-commerce					
2.	Akses internet berbasis jual beli online dapat mempermudah saya dalam menggunakan platform e-commerce					
3.	Saya dapat mengakses informasi terutama yang berkaitan dengan strategi peningkatan kegiatan dropship melalui internet					
4.	Akses internet memudahkan saya dalam menjangkau berbagai transaksi pembayaran pada platform e-commerce					
Indikator panduan arah hypertext						
1.	Adanya web memudahkan saya menemukan berbagai informasi dari sumber lain mengenai penggunaan e-commerce					
2.	Dengan adanya web memudahkan saya untuk menemukan berbagai produk di platform e-commerce					
3.	Penggunaan web browser dapat memberikan panduan kepada saya terkait penerapan kompleksitas transaksi e-commerce					
Evaluasi konten informasi						
1.	Sebelum menentukan e-commerce saya akan lakukan evaluasi terlebih dahulu dengan membandingkan beberapa e-commerce lainnya					
2.	Saya membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki kualitas yang baik di e-commerce					
3.	Saya selalu membandingkan berbagai toko untuk memperoleh produk-produk yang memiliki harga yang terjangkau di e-commerce					
4.	Sebelum saya memilih metode transaksi pembayaran saya melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya					

Penyusunan pengetahuan					
1.	Adanya literasi digital mempermudah saya dalam menggunakan e-commerce				
2.	Saya selalu meningkatkan literasi digital dengan cara melek teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen				
3.	Saya selalu mengaktifkan fitur pembaharuan seputar produk yang sedang tren di platform e-commerce untuk mengupdate produk yang akan saya jual				
4.	Saya selalu melakukan crosscheck terhadap setiap transaksi yang saya lakukan untuk menghindari kesalahan dalam bisnis dropship online saya				

Variabel Y (*Dropship online bisnis berbasis E-Commerce*)

Kemudahan penggunaan e-commerce					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	E-commerce memudahkan saya dalam melakukan pencarian				
2.	E-commerce memudahkan saya dalam kegiatan dropship online				
3.	E-commerce memudahkan saya dalam proses transaksi				
4.	E-commerce memudahkan saya dalam proses tukar informasi seputar produk untuk meningkatkan daya tarik pembeli.				
Kompleksitas transaksi					
1.	Berbagai metode transaksi pembayaran yang disediakan oleh platform e-commerce menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut memiliki daya tarik				
2.	Serangkaian proses transaksi yang disediakan oleh platform e-commerce memudahkan saya dalam mengelolah bisnis dropship online.				
3.	Semakin banyak konsumen yang menyelesaikan pembelian pada platform menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki sistem transaksi yang terpercaya				
4.	Banyaknya pilihan metode pembayaran pada e-commerce memudahkan saya dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan saya				

Lampiran 2 : Data Responden

N O	K el as	X															Jum lah X
		P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	P. 14	P. 15	
1.	C	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	49
2.	D	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
3.	D	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	47
4.	C	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
5.	C	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	47
6.	F	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
7.	E	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	53
8.	B	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
9.	D	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	52
10.	D	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
11.	A	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	50
12.	D	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
13.	B	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	56
14.	A	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	48
15.	D	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
16.	E	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
17.	C	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	48
18.	B	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	52
19.	D	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	52
20.	B	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	52
21.	D	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43
22.	B	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	54
23.	B	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	49
24.	B	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
25.	F	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	46
26.	B	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	44
27.	F	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	56
28.	B	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	47
29.	A	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	48
30.	E	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
31.	B	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
32.	A	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
33.	F	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43

27.	F	4	4	4	4	4	4	4	3	31
28.	B	3	3	3	3	4	3	3	3	25
29.	A	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30.	E	3	3	3	3	4	3	3	3	25
31.	B	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32.	A	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33.	F	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34.	F	3	3	3	3	3	3	4	2	24



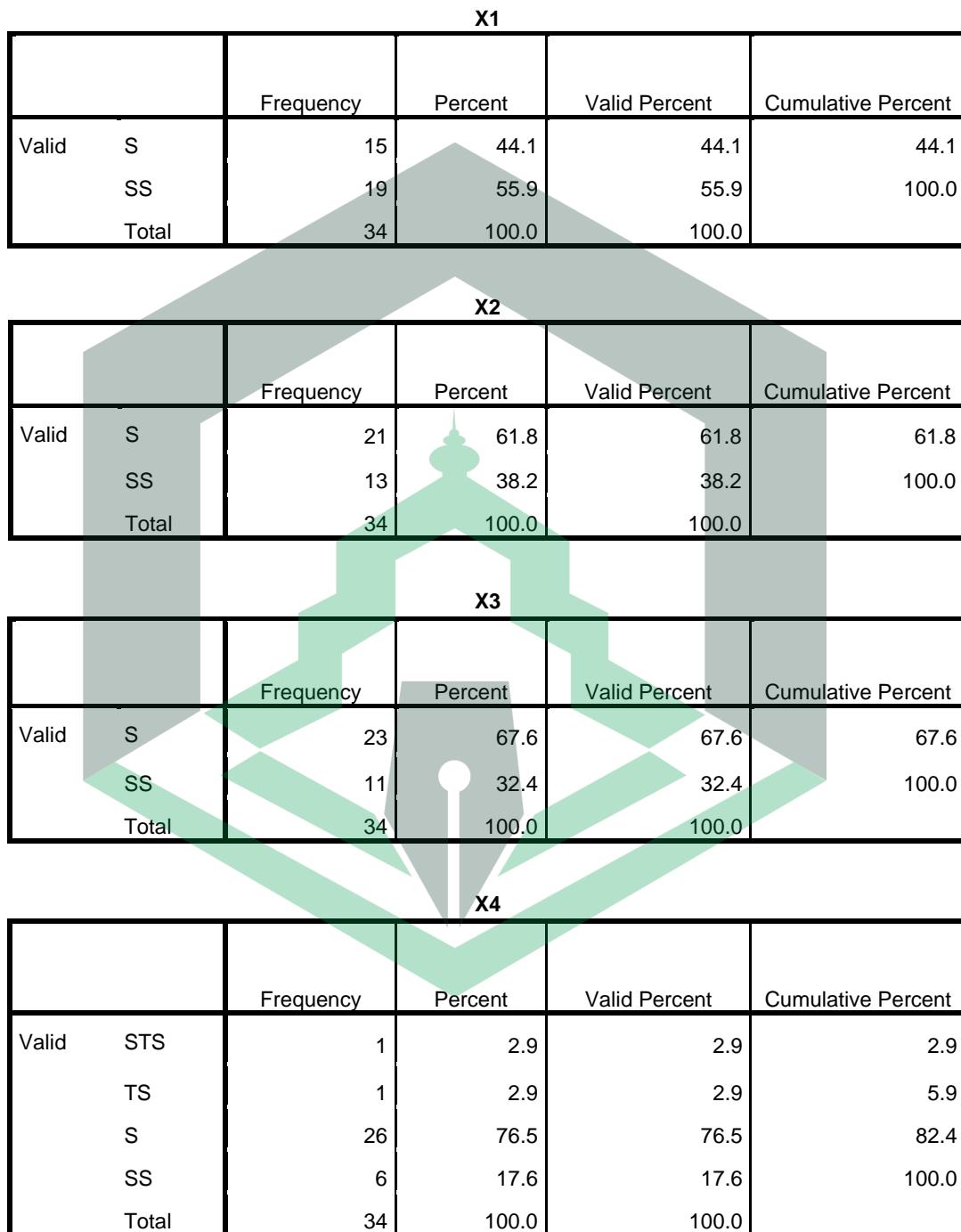
Lampiran 3 : Karakteristik Responden (olah data spss)

Statistics					
		JENIS KELAMIN		KELAS	
N	Valid		34		34
	Missing		0		0
Mean			1.82		3.32
Median			2.00		3.00
Minimum			1		1
Maximum			2		6

KELAS					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	EKIS A	4	11.8	11.8	11.8
	EKIS B	10	29.4	29.4	41.2
	EKIS C	4	11.8	11.8	52.9
	EKIS D	8	23.5	23.5	76.5
	EKIS E	3	8.8	8.8	85.3
	EKIS F	5	14.7	14.7	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	6	17.6	17.6	17.6
	PEREMPUAN	28	82.4	82.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Lampiran 4 : Uji Validitas (olah data spss)



X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.9	2.9	2.9
	S	19	55.9	55.9	58.8
	SS	14	41.2	41.2	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	5.9	5.9	5.9
	S	22	64.7	64.7	70.6
	SS	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	23	67.6	67.6	67.6
	SS	11	32.4	32.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	20	58.8	58.8	58.8
	SS	14	41.2	41.2	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	S	21	61.8	61.8	61.8
	SS	13	38.2	38.2	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X10					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	S	18	52.9	52.9	52.9
	SS	16	47.1	47.1	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X11					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STS	1	2.9	2.9	2.9
	TS	1	2.9	2.9	5.9
	S	22	64.7	64.7	70.6
	SS	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X12					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STS	1	2.9	2.9	2.9
	TS	1	2.9	2.9	5.9
	S	26	76.5	76.5	82.4
	SS	6	17.6	17.6	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X13					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	STS	1	2.9	2.9	2.9

TS	2	5.9	5.9	8.8
S	22	64.7	64.7	73.5
SS	9	26.5	26.5	100.0
Total	34	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	2.9	2.9	2.9
	TS	4	11.8	11.8	14.7
	S	19	55.9	55.9	70.6
	SS	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	8.8	8.8	8.8
	S	21	61.8	61.8	70.6
	SS	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.9	2.9	2.9
	3	21	61.8	61.8	64.7
	4	12	35.3	35.3	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3	24	70.6	70.6	70.6
	4	10	29.4	29.4	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	27	79.4	79.4
	4	7	20.6	20.6
	Total	34	100.0	100.0

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.9	2.9
	3	24	70.6	70.6
	4	9	26.5	26.5
	Total	34	100.0	100.0

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	58.8	58.8
	4	14	41.2	41.2
	Total	34	100.0	100.0

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.9	2.9
	3	27	79.4	82.4

4	6	17.6	17.6	100.0
Total	34	100.0	100.0	

Y7				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	25	73.5	73.5
	4	9	26.5	26.5
Total	34	100.0	100.0	

Y8				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	8.8	8.8
	3	26	76.5	76.5
	4	5	14.7	14.7
Total	34	100.0	100.0	



Lampiran 5 : Surat Izin Meneliti

  
PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telp. : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 871/IP/DPMPTSP/XI/2021

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2016 tentang Penyerbuan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendeklarasian Kewenangan Penyelenggaran Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : NUR ANISA
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Sultan Hasanuddin Km. 13 Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 17 0401 0120

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP DROPSHIP ONLINE BISNIS BERBASIS E-COMMERCE PRODI EKONOMI SYARIAH TAHUN 2018

Lokasi Penelitian : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
Lamanya Penelitian : 11 November 2021 s.d. 11 Desember 2021

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bila manra pemegang izin ternyata tidak memaati ketentuan tersebut di atas.
Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 12 November 2021
p/s Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

MUH. ISHAN ASHARUDDIN, S.STP, M.SI
Pangkat : Pembina Tk.I
NIP : 19780611 199612 1 001

Tembusan :

1. Kepala Badan Kebang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota
3. Dandim 103 SWG
4. Kepala Polres
5. Kepala Badan Perencanaan dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kebang Kota Palopo
7. Instansi/Orang Tua/Tidak Sesuai penelitian

Lampiran 6 : SK Penguji



LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO
NOMOR : 649 TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA MAHASISWA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

I. Nama Mahasiswa

: Nur Anisa

NIM

: 17 0401 0120

Fakultas

: Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi

: Ekonomi Syariah

II. Judul Skripsi

: Pengaruh Literasi Digital terhadap Online Berbasis E-Commerce Prod
Ekonomi Syariah Tahun 2018.

III. Tim Dosen Penguji

:

Ketua Sidang

: Dr. Hj. Ramlah M, M.M.

Sekretaris

: Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

Penguji Utama (I)

: Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

Pembantu Penguji (II)

: Edi Indra Setiawan, SE., M.M.

Palopo, 26 November 2021



Lampiran 7 : SK Pembimbing



LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO NO : 208 TAHUN 2021
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN DAN PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Nur Anisa
NIM : 17 0401 0120
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
- II. Judul Skripsi : **Meretas Etos Digital Preneur melalui Droship Online Business Berbasis E-Commerce Mahasiswa IAIN Palopo.**
- III. Dosen Pembimbing : Dr. Fasiha, M.EI.

Palopo, 16 Juli 2021



Lampiran 8 : Buku Kontrol

Buku Kontrol Penulisan Skripsi ... 24

**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, _____ Hari _____ Tanggal, _____

Materi Konsultasi		Uraian
No.		
1		Data dropship online dilatarbelakangi
2		Bagian teori harus jelas dikutip dalam
3		Data deskriptif Statistik deskriptif
4		Sistematika penulisan
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Penguji 1.

Dr. Adzan Noor Bakri, SE, Sy., MA, Ek.
NIP. 198706182015031004

**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, _____ Hari _____ Tanggal, _____

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Perbaikas latar belakang
2	Perbaikan definisi Operasional
3	Perbaikan kuesioner
4	Footnote
5	Sistematika penulisan
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji II.

Edi Indra Setiawan, SE., M.M.
NIP. 198912072019031005



Facultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN

Konsultasi ke, ___ Hari _____ Tanggal, _____

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Dibagian kajian teori tambahkan e-commerce menurut Islam
2	Sistematika penulisan
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing 1.


Dr. Ensiha M. EI.

NIP. 198102132066092002



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Lampiran 9 : Kartu Kontrol

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Agus Salimno Telp. 0471-22076 Website: http://www.iainpalopo.ac.id / http://febi-iainpalopo.ac.id					
KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI					
NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	KAMIS, 16 JAN 2020	SASKIA	ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERBANKAN SYARIAH DENGAN PERBANKAN KONVENSIONAL	✓	
2	KAMIS, 16 JAN 2020	RISDA AKSA	ANALISIS PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN KEPADA RISIKO DAN KEPERLUAN	✓	
3	SENIN, 3 FEB 2020	RISKI	PENGARUH PENGETAHUAN MAHASISWA IAIN PALOPO PADA PERBANDINGAN SYARIAH ANGKATAN 2016 TERHADAP MURABAHAH BANU SYARIAH II	✓	
4	SENIN, 3 FEB 2020	NIA KURNIA	PENGARUH PENDIDIKAN, LOKASI DAN TITULATAS TERHADAP PENGARUH MASYARAKAT DI PEMERINTAHAN UNGKAI MELALUI LAMPU MELAKU PADA SYARIAH	✓	
5	JUMAT, 27 NOV 2020	SITI ANUGIHARIWATI	ANALISIS CHARACTER, CAPACITY, CAPITAL, LOCATIONAL, DAN CREDITON TERHADAP KINERJA PERBANKAN SYARIAH	✓	
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

IAIN PALOPO

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 196102081994032001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil

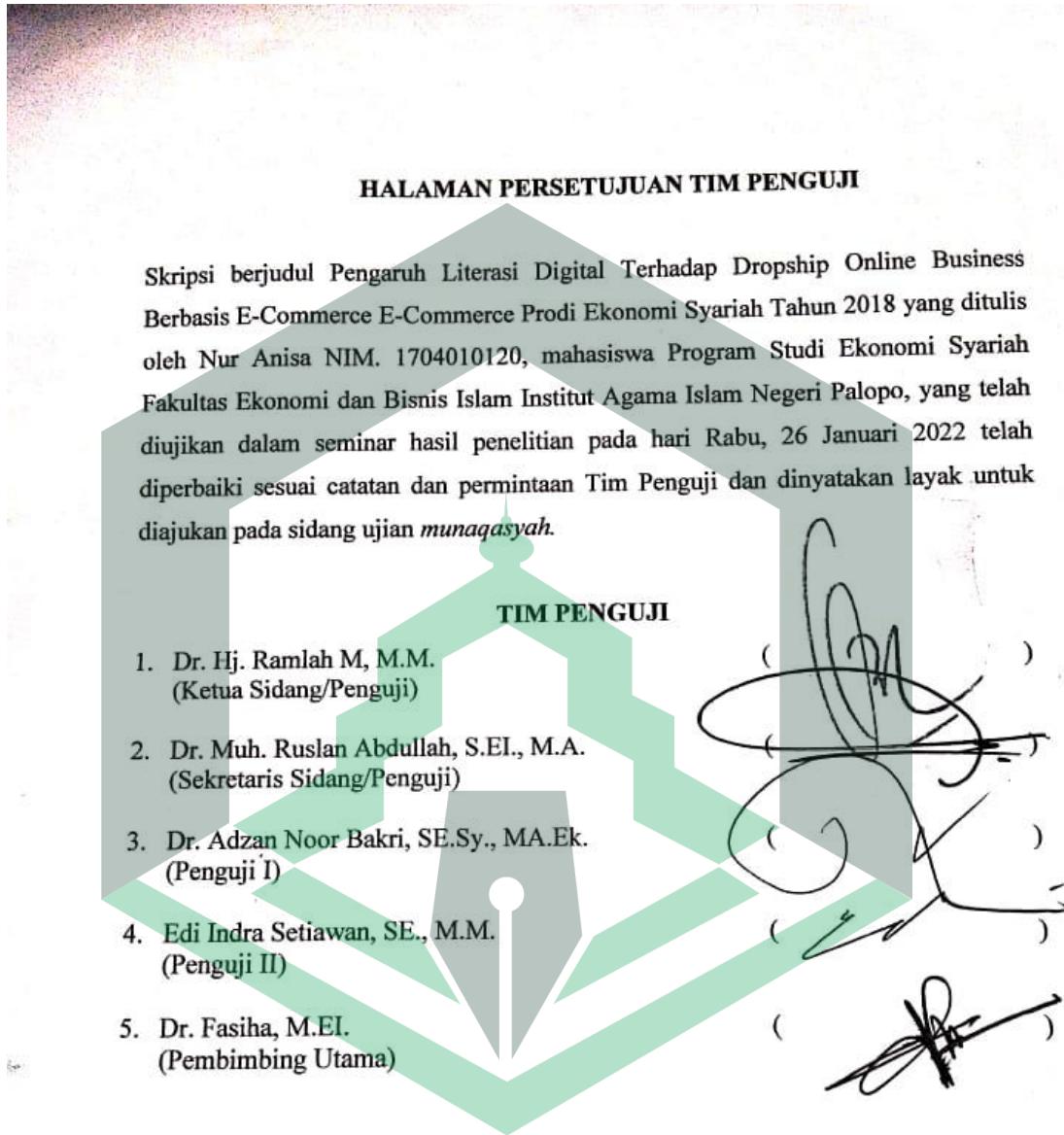
Lampiran 10 : Persetujuan Pembimbing



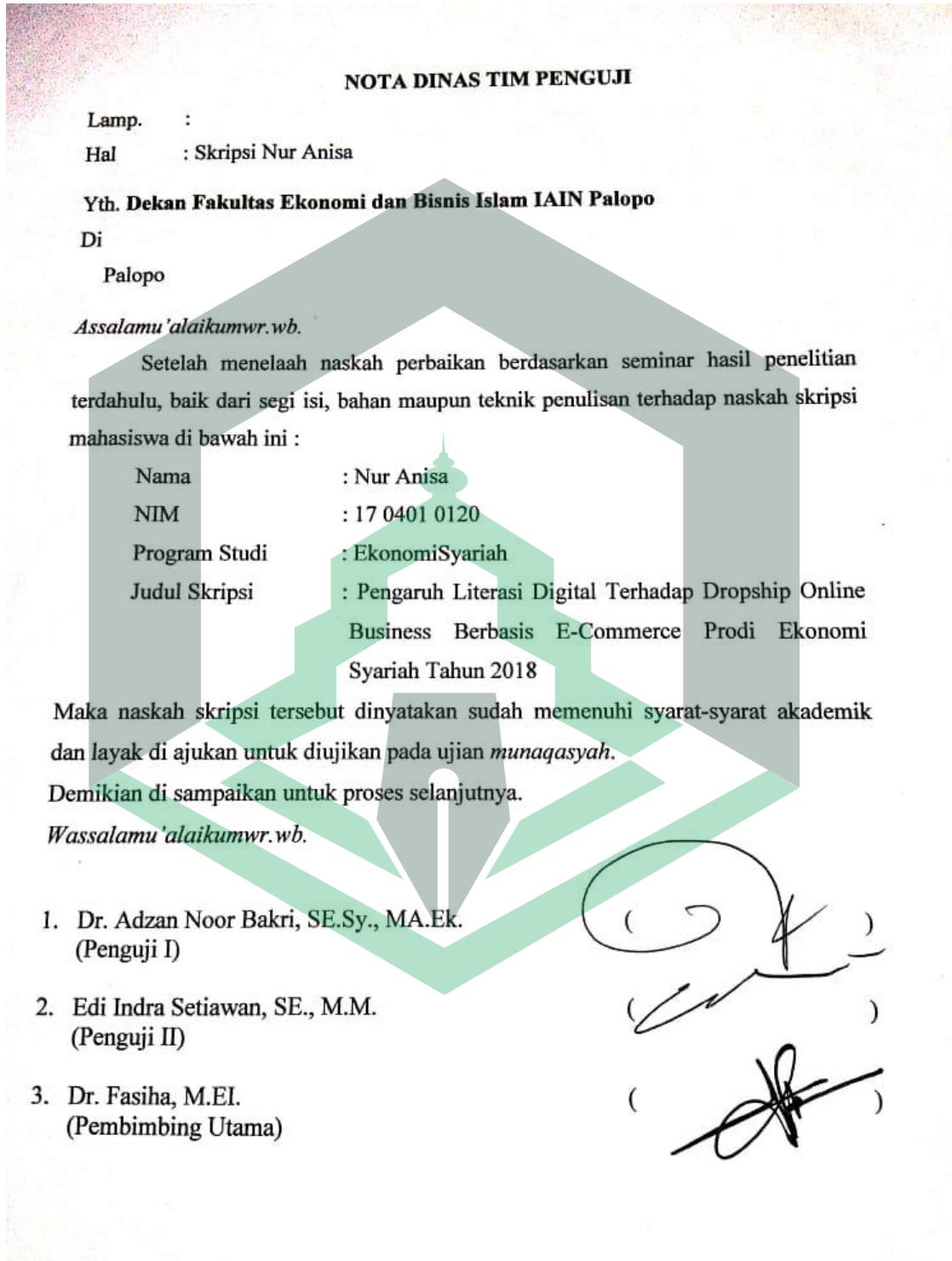
Lampiran 11 : Nota Dinas Pembimbing



Lampiran 12 : Persetujuan Penguji



Lampiran 13 : Nota Dinas Penguji



Lampiran 14 : Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah



SURAT KETERANGAN

NOMOR: B362 /ln.19/FEBI.04/KS.02/EKS/02/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Nur Anisa

NIM : 17 0401 0120

Program Studi : Ekonomi Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi ekonomi syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2020/2021 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 Februari 2022
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M.EI

Lampiran 15 : Surat Keterangan Matrikulasi



Lampiran 16 : Surat Ket. membaca dan menulis Al-Qur'an



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Agatis Balandai Telp. 0471-22076
Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis Al-Qur'an dengan **kurang/baik/lancar** *coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.

Nama : Nur Anisa

NIM : 17 0401 0120

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 12 November 2021

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M.E.I.
NIP. 198102132006042002

Dosen Penguji

Humaidi, SE., N.E.I.
NIDN: 2007038302

Lampiran 17 : Sertifikat Oscar/Penbaru



Lampiran 18 : Transkip Nilai



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpulopo.ac.id>, Email: kontak@iainpulopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NUR ANISA
NIM : 17 0401 0120
Dosen PA : Belum diset

Tahun Akademik : TA 2017/2018 Ganjil
Program Studi : Ekonomi Syariah
Semester : 1

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1	MKII1912001	BAHASA ARAB	2	B+	3.25	6.50
2	MKII1912002	BAHASA INDONESIA	2	A+	4.00	8.00
3	MKII1912003	BAHASA INGGRIS	2	A	3.75	7.50
4	MKII1912004	PENDIDIKAN KEWARGAAN	2	A+	4.00	8.00
5	MKII1912005	MBTA	2	A+	4.00	8.00
6	MKII1912006	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	2	A-	3.50	7.00
7	MKII1912007	PENGANTAR FIQHI DAN USHUL FIQHI	2	A+	4.00	8.00
8	MKII1912008	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	2	A-	3.50	7.00
9	MKII1912009	PENGETAHUAN KOMPUTER	2	A+	4.00	8.00
10	MKII1912010	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	2	B-	3.25	6.50
11	MKII1912011	PENGANTAR FILSAFAT	2	A-	3.50	7.00
12	MKII1912012	TAUHID	2	A+	4.00	8.00
			Jumlah :	24		89.50

Index Prestasi Semester : 3.73
Index Prestasi Kumulatif : 3.73
Total SKS Lulus : 24
Total SKS Perolehan : 24
Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 08 Feb 2020

Mengetahui: AN

Ketua Prodi Ekonomi Syariah
Dr. Fasihah, M. EI.
NIP. 19810213 200609 2 002

Keterangan:

- (-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.
(BL) Nilai belum lengkap.



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NUR ANISA
NIM : 17 0401 0120
Dosen PA : Belum diset

Tahun Akademik : TA 2017/2018 Genap
Program Studi : Ekonomi Syariah
Semester : 2

No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1	MKEKS2201	BAHASA INGGRIS EKONOMI	2	A	3.75	7.50
2	MKEKS2202	PENGANTAR MANAGEMEN	2	A-	3.50	7.00
3	MKEKS2203	ULUMUL HADIST	2	A-	3.50	7.00
4	MKEKS2204	PENGANTAR ILMU EKONOMI	2	A+	4.00	8.00
5	MKEKS2205	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	2	A-	3.50	7.00
6	MKEKS2206	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	2	A+	4.00	8.00
7	MKEKS2207	APLIKASI KOMPUTER	2	A-	3.50	7.00
8	MKEKS2208	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	2	A	3.75	7.50
9	MKF042201	PENGANTAR AKUNTANSI	2	A	3.75	7.50
10	MKF042302	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLA	3	A	3.75	11.25
11	MKI1922013	ULUMUL QURAN	2	A	3.75	7.50
Jumlah :				23		85.25

Index Prestasi Semester : 3.71
Index Prestasi Kumulatif : 3.72
Total SKS Lulus : 47
Total SKS Perolehan : 47
Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 08 Feb 2020

Mengetahui:



Dr. Fasih, M. EI.
NIP: 19810213 200609 2 002

Keterangan:

- (-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.
(BL) Nilai belum lengkap.



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NUR ANISA
NIM : 17 0401 0120
Dosen PA : Belum diset

Tahun Akademik : TA 2018/2019 Ganjil
Program Studi : Ekonomi Syariah
Semester : 3

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKEKS3213	AKUNTANSI SYARIAH	2	A+	4.00	8.00
2 MKEKS3214	ASURANSI SYARIAH	2	B+	3.25	6.50
3 MKEKS3309	ETIKA BISNIS ISLAM	3	A	3.75	11.25
4 MKEKS3310	MATEMATIKA EKONOMI	2	B	3.00	6.00
5 MKEKS3311	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	3	A	3.75	11.25
6 MKEKS3312	TAFSIR AYAT DAN HADIST EKONOMI	3	A+	4.00	12.00
7 MKF043203	EKONOMI MIKRO ISLAM	2	B+	3.25	6.50
8 MKF043204	EKONOMI MAKRO ISLAM	2	A+	4.00	8.00
9 MKF043205	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	2	A	3.75	7.50
Jumlah :		21			77.00

Index Prestasi Semester : 3.67
Index Prestasi Kumulatif : 3.70
Total SKS Lulus : 68
Total SKS Perolehan : 68
Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 08 Feb 2020
Mengetahui:
.....
Dr. Fasihah, M. Ed.
NIP: 19810213 200609 2 002

Keterangan:

- (-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.
(BL) Nilai belum lengkap.



Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandai

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: kontak@iainpalopo.ac.id

Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : NUR ANISA
NIM : 17 0401 0120
Dosen PA : Belum diset

Tahun Akademik : TA 2018/2019 Genap
Program Studi : Ekonomi Syariah
Semester : 4

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKEKS4239	EKONOMI MONETER ISLAM	2	A	3.75	7.50
2 MKEKS4240	ASPEK HUKUM EKONOMI	2	A	3.75	7.50
3 MKEKS4241	EKONOMI KOPERASI DAN UMKM	2	B+	3.25	6.50
4 MKEKS4242	MANAGEMEN KEUANGAN	3	A-	3.50	10.50
5 MKEKS4243	PERPAJAKAN	2	A	3.75	7.50
6 MKEKS4244	EKONOMI MANAGERIAL	2	A+	4.00	8.00
7 MKEKS4245	EKONOMI PUBLIK	2	A	3.75	7.50
8 MKEKS4255	EKONOMI POLITIK	2	A	3.75	7.50
9 MKF044206	FIQHI MUAMALAT	2	A+	4.00	8.00
10 MKF044207	KEWIRASAHAAN	2	A	3.75	7.50
11 MKF044225	QAWAIDUL FIQHIYAH	2	A+	4.00	8.00
Jumlah :					86.00

Index Prestasi Semester : 3.74

Index Prestasi Kumulatif : 3.71

Total SKS Lulus : 91

Total SKS Perolehan : 91

Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 08 Feb 2020

Mengetahui:

Dr. Fachru, M. EI,
NIP: 19810213 200609 2 002

Keterangan:

(-) Nilai Matakuliah belum masuk dari jurusan/dosen.

(BL) Nilai belum lengkap.

HASIL STUDI SEMESTER (HSS)

Nama : NUR ANISA
N I M : 17 0401 0120
Wali Studi: Khumaedi, S.EI., M.EI
Prodi : Ekonomi Syariah (EKS/S1)
Smt : Gasal
TA : 2019/2020

No	Kode MK	Matakuliah	BU	Nilai		SKS	Kualitas
				Simbol	Angka		
1	MKEKS219	MANAGEMEN PEMASARAN	B	A+	4.00	2	8.00
2	MKEKS220	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	B	B+	3.25	2	6.50
3	MKEKS321	STATISTIK EKONOMI	B	A-	3.50	3	10.50
4	MKF240110	MAGANG 1	B	A	3.75	2	7.50
5	MKF240116	KOMUNIKASI PEMASARAN	B	A-	3.50	2	7.00
6	MKF240119	PEREKONOMIAN INDONESIA	B	A+	4.00	2	8.00
7	MKF240121	STUDI KELAYAKAN BISNIS	B	B+	3.25	2	6.50
8	MKF340117	METODE PENELITIAN EKONOMI	B	A+	4.00	3	12.00
9	MKF340118	AKUNTANSI MANAGERIAL	B	A+	4.00	3	12.00
10	MKF340120	MANAGEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	B	A	3.75	3	11.25
Jumlah						24	89.25

IP Semester
Beban SKS maksimum : 3,72
: 24

Palopo, 08 Februari 2020
Mengetahui,



Dr. Fasihah, M.EI.
NIP. 19810213 200604 2 002

Institut Agama Islam Negeri Palopo
IAIN Palopo

HASIL STUDI SEMESTER (HSS)

Nama : NUR ANISA
N I M : 17 0401 0120
Wali Studi: Khumaedi. S.EI., M.EI
Prodi : Ekonomi Syariah (EKS/S1)
Smt : Genap
TA : 2019/2020

No	Kode MK	Matakuliah	BU	Nilai		SKS	Kualitas
				Simbol	Angka		
1	MKEKS225	EKONOMI INTERNASIONAL	B	A	3.75	2	7.50
2	MKEKS226	FIQHI MUAMALAT KONTEMPORER	B	B	3.00	2	6.00
3	MKEKS227	STUDI PENGELOLAAN ZAKAT	B	A+	4.00	2	8.00
4	MKEKS322	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN	B	B	3.00	3	9.00
5	MKEKS323	RISET MANAJEMEN OPERASIONAL	B	A	3.75	3	11.25
6	MKEKS324	APLIKASI PERBANKAN SYARIAH	B	A+	4.00	3	12.00
7	MKF240111	MAGANG 2	B	A	3.75	2	7.50
8	MKF340122	EKONOMETRIKA	B	A-	3.50	3	10.50
9	MKF340123	MANAJEMEN STRATEGIK	B	A	3.75	3	11.25
Jumlah						23	83.00

IP Semester : 3,61
Beban SKS maksimum : 24

Palopo, 31 Agustus 2020
Mengetahui,



Dr. Fasina, M. EI.
NIP. 19810213 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
PRODI EKONOMI SYARIAH
TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK
DIBERIKAN KEPADA

Nama : Nur Anisa
NIM : 17 0401 0120
Prodi : Ekonomi Syariah
SMTR : VII (TUJUH)

No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	NH x K	Ket
1	Kuliah Kerja Nyata	4,00	4	16,00	A+
2	Komprehensif	3,75	2	7,50	A
			6	23,50	

IPS 3,92
JMLH KREDIT 6



31 Maret 2021
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fazilah, M.EI

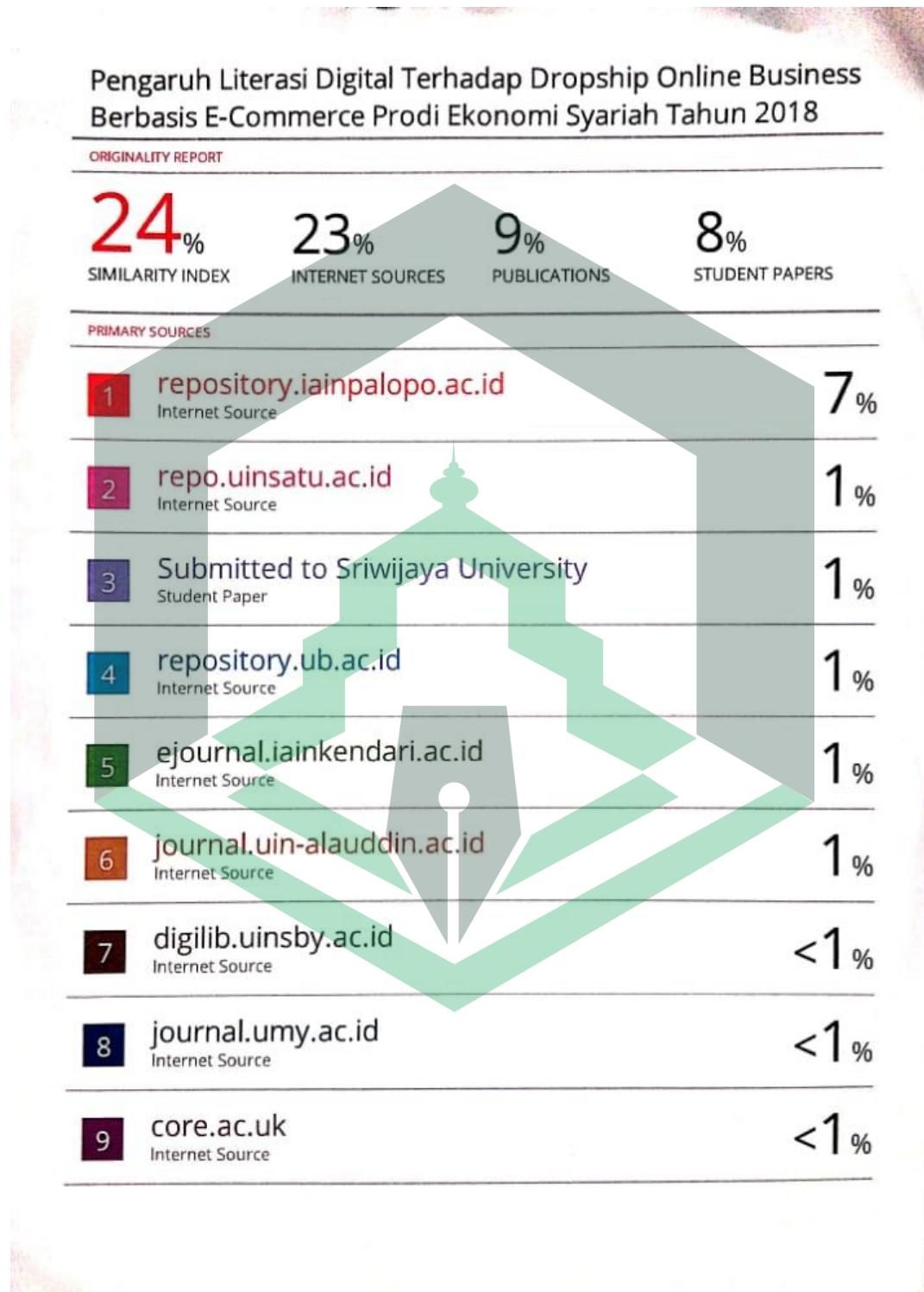
Lampiran 19 : Sertifikat Toefl



Lampiran 20 : Kuitansi Pembayaran UKT



Lampiran 21 : Hasil Plagiasi Turnitin



Lampiran 22 : Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Nur Anisa, lahir di Palopo pada tanggal 6 Juni 1999. Penulis merupakan anak ke empat dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Singar dan ibu Salma. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Nuri II Perumnas, Kel. Rampoang, Kec. Bara Kota Palopo. Pendidikan Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2011 di SDN 233 Batara di Kota Palopo. Kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 8 Palopo hingga tahun 2014. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 2 Palopo. Setelah lulus di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu Prodi Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Adapun pengalaman organisasi penulis yaitu Bendahara Umum Forum Generasi Berencana (GENRE) Kota Palopo periode 2020-2022, dan anggota Bidang Literasi Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Ekonomi Syariah periode 2019-2020.