

Berkahoutfit.Com : Optimalisasi Web Digitalisasi Bisnis Fashion Syariah Dengan Sistem Virtual Team Di Indonesia

Berkahoutfit.Com : Optimizing The Digitalization Of The Sharia Fashion Business With A Virtual Team System In Indonesia

Arif Rachman Eka Permata¹, Wahyu Setiawan Djodi², Dedeng Permadi³, Siti Ikmatul Munawaroh⁴

¹STEBIA Bangkalan, Bangkalan, Jawa Timur, Indonesia

^{2,3,4}.Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Jawa Timur, Indonesia

arif@stebiabangkalan.ac.id , wjodi64@gmail.com , dedeng.c123@gmail.com ,
sitiikmatul17@gmail.com

ABSTRAK

Jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun akan tetapi hal ini dibarengi dengan laju pertumbuhan penduduk yang mengalami penurunan. Semakin bertambahnya jumlah penduduk di Indoensia, semakin tidak bisa dipungkiri bahwa kebutuhan sandang atau pakaian adalah kebutuhan primer setiap orang. Hal ini terlihat jelas dari fenomena menjamurnya toko-toko retail pakaian yang dikenal dengan sebutan fast fashion. Singkatnya, *fast fashion* dapat dikatakan sebagai bisnis pakaian yang fokus pada produksi model terkini dalam jumlah banyak sehingga dapat dijual dengan harga yang sangat murah. Menurut *The Sustainable Fashion Forum*, pada 2030 konsumsi pakaian dunia diperkirakan meningkat. Di samping itu, penggunaan internet di Indonesia juga mengalami peningkatan, Hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan besar yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan oleh para *entrepreneurs* di Indonesia untuk melakukan kegiatan usahanya melalui media digital. BERKAHOUTFIT.COM yang bertujuan untuk mawadahi penjual/pembeli pakaian berbasis akad syariah dengan system *cashless*.

Kata kunci : Fashion, Bisnis, Digital, Syariah

ABSTRACT

The population of Indonesia has increased from year to year but this is accompanied by a declining population growth rate. The increasing number of people in Indonesia, the more it is undeniable that the need for clothing or clothing is the primary need of every person. This can be seen clearly from the phenomenon of the proliferation of clothing retail stores known as fast fashion. In short, fast fashion can be said as a clothing business that focuses on producing the latest models in large quantities so that they can be sold at very low prices. According to The Sustainable Fashion Forum, by 2030 world clothing consumption is expected to increase. In addition, the use of the internet in Indonesia has also increased. This is a very promising potential and great opportunity to be developed by entrepreneurs

in Indonesia to carry out their business activities through digital media. BERKAHOUTFIT.COM which aims to accommodate sellers/buyers of sharia-based clothing with a cashless system.

Keyword : Fashion, Bussines, Digital, Sharia

Pendahuluan

Jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun akan tetapi hal ini dibarengi dengan laju pertumbuhan penduduk yang mengalami penurunan. Adanya penurunan laju pertumbuhan penduduk ini merupakan dampak dari menurunnya kelahiran dan meningkatnya angka kematian, namun penurunan yang diakibatkan kelahiran lebih cepat dari penurunan karena kematian. Pada tahun 2020 BPS melakukan pencatatan bahwa data dari jumlah seluruh penduduk Indonesia sampai September 2020 yakni berjumlah 270,20 juta jiwa. Angka tersebut mengalami peningkatan sebanyak 32,5 juta jiwa dari total penduduk Indonesia pada tahun 2010 yang menyentuh angka 237,63 juta jiwa. Dalam satu dekade terakhir (2010-2020), rata-rata pertumbuhan penduduk Indonesia yakni sebesar 1,25% hal ini mengalami penurunan dari laju pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2000-2010 yang mencapai 1,49%.



Semakin bertambahnya jumlah penduduk di Indoensia, semakin tidak bisa dipungkiri bahwa kebutuhan sandang atau pakaian adalah kebutuhan primer setiap orang.¹ Hal ini terlihat jelas dari fenomena menjamurnya toko-toko retail pakaian yang dikenal dengan sebutan fast fashion. Singkatnya, *fast fashion* dapat dikatakan sebagai bisnis pakaian yang fokus pada produksi model terkini dalam jumlah banyak sehingga dapat dijual dengan harga yang sangat murah. Menurut *The Sustainable Fashion Forum*, pada 2030 konsumsi pakaian dunia diperkirakan meningkat hingga 63 persen, dari 62 juta menjadi 102 juta ton. Industri mode secara global juga menyumbang sekitar 10 persen dari total emisi karbon dunia, serta 20 persen dari limbah air dunia.²

Di samping itu, penggunaan internet di Indonesia juga mengalami peningkatan sebesar 7.96 pada tahun 2017 dengan menyentuh angka 143,26 juta jiwa. Hal ini merupakan suatu potensi dan kesempatan besar yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan oleh para *entrepreneurs* di Indonesia untuk melakukan kegiatan usahanya melalui media *online*³. Dengan pesatnya pertumbuhan digital di Indonesia maka penulis memberikan solusi bagaimana mengurangi limbah dari pakaian melalui pasar digital yaitu dengan dibuatnya *website* BERKAHOUTFIT.COM yang bertujuan untuk memudahkan penjual/pembeli pakaian berbasis akad syariah dengan system *cashless*. Dengan adanya *website* BERKAHOUTFIT.COM maka diharapkan masyarakat bisa memanfaatkan pasar digital yang bisa memasarkan produk

¹ Edi Sukardjono, "Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-Pedagang Di Pasar Paru g Panjang Bogor Terhadap Pedagang Di Pasar Lain," *DIALOG: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Dosen Program Pascasarjana Universitas Pamulang., 2005.73

² Mongabay, "Kurangi Sampah Pakaian, Komunitas di Mojokerto Jual Baju Bekas Berkualitas", dari <https://www.mongabay.co.id/2020/05/18/kurangi-sampah-pakaian-komunitas-di-mojokerto-jual-baju-bekas-berkualitas/> , pada tanggal 23 Januari 2023, pukul 07.30.

³ Nidya Waras Sayekti, "*Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*", Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol. X No. 5, 2018, hlm. 10.

pakaian bekas yang masih layak pakai dan biasanya dijadikan limbah di lingkungan masyarakat.

Kajian Pustaka

Bisnis Syariah

Bisnis Syariah merupakan implementasi atau perwujudan dari aturan syariat Allah. Sebenarnya bentuk bisnis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi atau mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek Syariah inilah yang membedakannya dengan bisnis pada umumnya. Bisnis syariah adalah segala usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup berupa aktivitas produksi distribusi konsumsi dan perdagangan baik berupa apa barang maupun jasa yang sesuai dengan aturan-aturan dan hukum-hukum Allah yang terdapat dalam Alquran dan segala sunah. Bisnis syariah adalah usaha kegiatan yang dilakukan oleh orang perorang, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah. Sebagaimana bisnis dalam al-Qur'an yang dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu: bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. *Pertama*, bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar yaitu: mengetahui investasi yang paling baik, membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal, dan mengikuti perilaku yang baik. *Kedua*, bisnis yang merugi, bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis

yang pertama karena ketidakadaan atau kekurangan beberapa elemen dari bisnis yang menguntungkan. *Ketiga*, pemeliharaan prestasi, hadiah dan hukuman, dalam hal ini al-Qur'an menyoroti bahwa segala perbuatan manusia tidak akan bisa lepas dari sorotan atau rekaman SWT, maka dari itu siapa pun yang melakukan prestasi yang positif akan mendapatkan pahala (*reward*) begitu pula sebaliknya.⁴

Dalam melakukan aktivitas bisnis, didasarkan pada fungsi hidup yang digariskan Allah SWT dalam al-Qur'an yakni *Ta'abbud*, yang berarti menghambakan diri kepada Allah SWT. Adapun jalur *Ta'abbud* dan *Taqarrub* kepada Allah antara lain:

- a) Membina Ketentraman dan Kebahagiaan
- b) Memenuhi Nafkah Keluarga
- c) Memenuhi Hajat Masyarakat
- d) Sarana Ibadah
- e) Sedekah
- f) Menolak Kemungkaran.⁵

Digitalisasi Bisnis

Istilah "digital" berasal dari kata Latin digitus, yang diterjemahkan sebagai "jari." Sejak abad ke-15, istilah "digit" telah digunakan untuk

⁴Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: KENCANA, 2013), hlm. 12.

⁵Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2013), hlm. 165-170.

merujuk pada alat untuk mengukur panjang suatu benda. Kemajuan lebih lanjut mengakibatkan munculnya istilah digital, yang mengacu pada segala sesuatu yang memiliki nilai numerik atau numerik. Ini kemudian digunakan oleh fisikawan untuk menandakan ada atau tidak adanya arus listrik dalam transmisi, menciptakan apa yang dikenal sebagai sinyal digital yang bertindak seperti gelombang. Dengan demikian, istilah "digital" dapat merujuk pada gelombang, jaringan, atau internet yang terhubung melalui komputer. Sedangkan frasa "zaman digital" mengacu pada perkembangan teknologi digital berbasis internet, terutama teknologi informasi komputer.⁶

Pemulihan ekonomi merupakan upaya dalam melakukan pengaturan baik pedesaan dan perkotaan dengan tujuan mewujudkan sebuah pendekatan berbasis wilayah untuk meningkatkan permintaan dan penawaran dari pasar yang terpengaruh. Dalam waktu dekat, pemulihan ekonomi berusaha untuk secara progresif mengurangi ketergantungan pada bantuan eksternal melalui pekerjaan sementara dan pendapatan yang lebih tinggi. Pemulihan ekonomi berusaha untuk menyediakan keadaan endogen bagi ekonomi lokal untuk menghidupkan kembali dan menghasilkan lapangan kerja dalam jangka panjang. Kemajuan teknologi informasi telah mampu menciptakan sebuah jaringan global yang disebut dengan internet. Pemanfaatan internet dewasa ini juga telah demikian berkembang pada berbagai aspek kehidupan. Berbagai aplikasi yang ada dikembangkan dari 3 (tiga) kategori aplikasi dasar yaitu:

1. Discovery yaitu aplikasi untuk akses informasi (browsing dan information retrieval/searching)
2. Communication yaitu e-mail, chat, newsgroup

⁶ Moch Sulchan. Maya Zulfa Maslihatin. Anik Yulikah., 'Peran Digitalisasi Bisnis Terhadap Pemulihan Ekonomi Dalam Meminimalisir Pengangguran Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2018, 943.

3. Collaboration yaitu aplikasi untuk kolaborasi antar individual/group, seperti workflow systems, screen sharing, visual teleconferencing (teleconferencing), group decision support systems (GDSS).

Pemanfaatan internet untuk berbagai aktivitas usaha disebut dengan E-Commerce. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online itu bisa meliputi pemasaran, promosi, public relation, transaksi, pembayaran, dan penjadwalan pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi-inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi e-commerce sendiri.⁷

Wardhana (2015) menemukan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMK dalam memasarkan produknya. Pemanfaatan digital marketing memiliki beberapa keunggulan, antara lain:⁸

1. Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan;
2. Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai;
3. Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional;
4. Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis;
5. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu;

Di sisi lain, digital marketing pun memiliki kelemahan, di antaranya:

1. Mudah ditiru oleh pesaing;
2. Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab;
3. Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif;
4. Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digit.

⁷ Mahbubah Istiyanatul, 'Dampak Digitalisasi Pada Peluang Bisnis E-Commerce Di Kabupaten Sumenep', *JURNAL MANAJEMEN*, 2019, 266.

⁸ Mohammad Trio Febriyanto. Debby Arisandi, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JURNAL MANAJEMEN*, 1.2 (2018), 67.

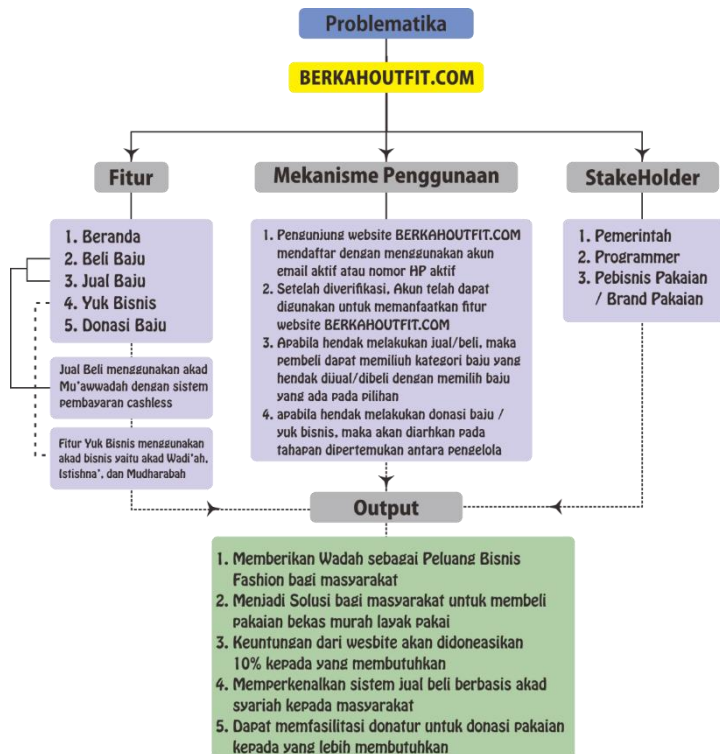
Metode Penelitian

Untuk metode penelitian, pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif Metode yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah metode analisis kualitatif deskriptif studi kasus berdasarkan kajian kepustakaan disertai dengan indept interview terhadap pakar, praktisi, maupun akademisi. Studi kasus adalah pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber bukti baik kualitatif maupun kuantitatif, atau keduanya terhadap suatu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Dalam hal ini juga menggunakan studi komparasi hasil penelitian terdahulu serta artikel-artikel di media masa yang terkait dengan pembahasan. Dari data-data yang diperoleh kemudian disusun berdasarkan aturan dan analisis yang sesuai dengan kaidah penulisan sehingga mempermudah pembahasan masalah-masalah yang ada. Dengan metode ini, penulis ingin mengkaji bagaimana sinergi antara asuransi syariah dengan lembaga keuangan mikro syariah sebagai penguatan takaful ummat dalam pembiayaan berbasis takaful mikro. Diharapkan hasil yang diperoleh dalam studi ini dapat memberikan kontribusi berupa rekomendasi yang membangun dan bermanfaat, baik itu kepada penulis, pembaca, masyarakat, dan Negara. , jenis data yaitu data sekunder. Metode pengumpulan data studi pustaka yaitu dengan cara mempelajari literatur-literatur yang terkait dengan penelitian. Dan metode analisis data yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif Data-data yang diperoleh dari tinjauan literatur maupun website terkait disusun menjadi sebuah fakta-fakta yang aktual untuk kemudian dilakukan pembahasan solusi.⁹

Hasil Dan Pembahasan

⁹ Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D", (Bandung: ALFABETA, 2013), 246.

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, *website* BERKAHOUTFIT.COM merupakan sebuah wadah yang inovatif bagi masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli pakaian dengan berbagai harga dan penawaran. Tentunya, *website* ini memiliki berbagai layanan yang menarik serta adanya *website* ini memberikan solusi atas berbagai problematika yang ada dalam kegiatan transaksi jual beli. Dengan menggunakan sistem *cashless* dan konsep transaksi akad syariah menjadikan *website* BERKAHOUTFIT.COM menjadi lebih unggul dibandingkan dengan *platform* lainnya.



1. Problematika

Dalam mewadahi potensi berbisnis setiap orang, terutama dalam jual-beli pakaian, BERKAHOUTFIT.COM hadir sebagai solusi untuk memudahkan

setiap orang dalam menjual pakaian layak pakai baik baru maupun bekas. Adapun permasalahan yang dapat diselesaikan oleh *website* ini yaitu dapat menjadi wadah bagi penjual dalam mendistribusikan pakaian yang hendak dijual, menjadi wadah bagi para pembeli untuk membeli pakaian bekas layak pakai, mengedukasi pengguna *website* tentang sistem akad islam dalam jual beli, dapat menjadi strategi pemasaran untuk mewedahi penjual dalam memasarkan produk pakaian mereka, serta sebagian keuntungan dari penjualan pakaian ini akan didonasikan berkisar 10% dari hasil total penjualan. Tentunya, inovasi yang diberikan oleh *website* ini sangat bermanfaat bagi semua orang mampu memanfaatkan potensi teknologi dalam memasarkan produk pakaian dengan sistem penjualan yang berbasis akad serta membantu agar pakaian bekas layak pakai tidak terbuang secara sia-sia dan dapat bermanfaat bagi orang yang lebih membutuhkan.

2. Fitur Website BERKAHOUTFIT.COM



Gambar 1 TAMPILAN WEBSITE BERKAHOUTFIT.COM

Beranda

Didalam fitur ini merupakan tampilan utama dari *website* BERKAHOUTFIT.COM, dimana pada fitur ini terdapat sekilas tentang produk-produk pakaian baik yang baru maupun bekas dengan berbagai macam rentang harga serta berbagai merk dari dalam dan luar negeri. Selain itu, dalam beranda terdapat sekilas tips dalam memilih jenis kain, mengukur ukuran, jenis pakaian, serta gaya pakaian yang sedang marak dari setiap daerah maupun setiap negara.

Jual Baju

Fitur ini merupakan layanan utama yang dapat diakses untuk melakukan penjualan berbagai pakaian baik baru maupun bekas layak pakai dengan ketentuan harga yang dapat dinegoisasi antara pihak *website* dan pihak penjual. Nantinya, baju yang dijual disini akan dapat diakses dan dibeli oleh setiap orang dengan ketetapan harga yang bervariasi. Selain itu, jual baju ini

Beli Baju

Selain menjual pakaian, fitur lain yang menjadi layanan utama dalam *website* BERKAHOUTFIT.COM adalah fitur beli baju, dimana dalam layanan ini akan disediakan berbagai pilihan pakaian mulai dari pakaian anak-anak hingga pakaian orang dewasa yang dijual oleh berbagai penjual di seluruh Indonesia. Selain itu, dalam fitur itu diberikan pilihan bagi calon pembeli untuk memilih jenis pakaian bekas layak pakai atau pakaian baru yang menjadi utama bagi calon pembeli, sehingga berbagai pilihan pakaian yang ditawarkan akan memudahkan pembeli dalam memilih pakaian yang diinginkan sesuai kebutuhan masing-masing. Akad yang digunakan dalam fitur ini adalah akad *mu'awwadah* dimana akad ini mengharuskan kedua belah pihak untuk menyepakati transaksi tanpa adanya sistem kredit, hutang, maupun penambahan nilai (*riba*), sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Yuk Bisnis

Ini merupakan fitur unggulan sekaligus fitur pembeda antara *website* BERKAHOUTFIT.COM dengan platform lainnya. Dimana pada fitur ini memberikan kesempatan bagi para pengguna *website* BERKAHOUTFIT.COM untuk membuka peluang bisnis dengan menawarkan pelayanan *reseller* atau *dropshipper* dan mempertemukan antara calon pebisnis pakaian dengan pihak produksi, sehingga calon pebisnis yang hendak menjual pakaian secara langsung (secara *offline*) dapat langsung bertemu dengan tengkulak tentunya dengan negosiasi harga yang saling menguntungkan kedua pihak. Adapun akad yang dapat digunakan dalam kerjasama bisnis di dalam fitur ini yaitu akad *Mudharabah*, (Akad bagi hasil antara shahibul maal / pemodal dengan mudharib / pelaksana), akad *Istishna* (sistem pemesanan), akad *salam* (secara tunai melalui pembayaran *digital*), dan akad wadiah (titipan produk penjualan). Akad islam tersebut harus dipilih salah satu sistemnya dan disepakati oleh kedua belah pihak, sementara *website* BERKAHOUTFIT.COM menjadi fasilitator yang mempertemukan sekaligus membimbing kedua belah pihak tersebut agar bisnis pakaian bisa berjalan dengan baik.

Donasi Baju

Fitur ini merupakan fitur berbasis kemanusiaan yang dapat diakses semua orang yang ingin mendonasikan pakaian bekas layak pakai kepada berbagai kalangan. Nantinya tim dari *website* BERKAHOUTFIT.COM akan menyalurkan donasi pakaian kepada orang yang membutuhkan seperti fakir miskin, korban bencana, panti asuhan, panti jompo, dan lain sebagainya. Dengan adanya fitur ini diharapkan dapat melatih kesadaran masyarakat akan pentingnya berbagi kepada mereka yang membutuhkan pertolongan.

3. Output

Adapun *output* yang diharapkan dari adanya platform *website* BERKAHOUTFIT.COM ini adalah terciptanya skema jual beli pakaian baik

baru maupun bekas dengan prinsip syariah yang saling menguntungkan berbagai pihak. Selain itu, diharapkan dengan adanya *website* ini bisa menjadi fasilitator bagi penjual pakaian baik yang baru memulai maupun yang sudah mulai menjual produknya, untuk menjangkau pasar yang lebih luas di bidang *fashion*. Selain itu, BERKAHOUTFIT.COM bisa menjadi solusi bagi masyarakat yang hendak membeli pakaian bekas layak pakai dengan harga terjangkau. *Website* ini juga menjadi wadah yang dapat mempertemukan antara calon pebisnis dengan produsen atau *brand* dalam dan luar negeri, agar dapat membantu perekonomian melalui bisnis di bidang *fashion*. Selain itu, sistem pembayaran *cashless* berbasis akad syariah juga menjadi edukasi tersendiri bagi masyarakat agar mengenal lebih dalam tentang pentingnya bertransaksi tanpa unsur riba, *maisyir*, dan sebagainya.

Kesimpulan

Jadi konsep ini merupakan inovasi yang dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyalurkan dan mendistribusikan berbagai macam produk baik dalam maupun luar negeri. Salah satu produk yang pasti dibutuhkan oleh konsumen adalah pakaian. Namun, sudah terlalu banyak toko *online* yang menjual pakaian dengan sistem yang kurang bervariasi, serta tidak memberikan ruang bagi pebisnis baru yang hendak menjual pakaian secara *online* dengan sistem terintegrasi. Maka dari itu, adanya inovasi berupa terbentuknya *website* BERKAHOUTFIT.COM menjadi solusi bagi semua orang yang hendak menjual maupun membeli pakaian baru dan bekas layak pakai sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, dalam *website* ini sistem pembayarannya menggunakan sistem *cashless* serta menerapkan prinsip akad-akad syariah, sehingga bisa mengedukasi masyarakat tentang pentingnya berbisnis dengan prinsip syariah yang jauh dari unsur riba. Tentunya harapan dari gagasan *website* BERKAHOUTFIT.COM ini bisa

menjadi wadah yang solutif bagi berbagai problematika berbisnis pakaian dan mampu membawa *mashlahat* bagi semua orang.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 165-170.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: KENCANA, 12.
- Febriyantoro, Mohammad, Trio Debby Arisandi. 2018. 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JURNAL MANAJEMEN*, 1.2, 67
- Istiyantatul, Mahbubah. 2019. 'Dampak Digitalisasi Pada Peluang Bisnis E-Commerce Di Kabupaten Sumenep', *JURNAL MANAJEMEN*, 266
- Maulana, Hasbi, "Jumlah Penduduk Indonesia Terkini 270,2 Juta jiwa, Naik 14,46% satu dekade, diakses pada tanggal 8 Januari 2022, pukul 14:46 , dari <https://nasional.kontan.co.id/news/jumlah-penduduk-indonesia-terkini-2702-juta-jiwa-naik-1446-satu-dekade>
- Mongabaya. 2020." Kurangi Sampah Pakaian di Mojoekerto Jual Baju Bekas Berkualitas", diakses Pada Tanggal 23 Januari 2023, pukul 07.30. dari <https://www.mongabay.co.id/2020/05/18/kurangi-sampah-pakaian-komunitas-di-mojokerto-jual-baju-bekas-berkualitas/> , pada tanggal 23 Januari 2023, pukul 07.30.
- [Sayekti, Waras Nidya, 2018.](#) "Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia", Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik Vol. X No. 5, 2018, hlm. 10.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA, 246.
- Sulchan, Moch, dkk. 2018. 'Peran Digitalisasi Bisnis Terhadap Pemulihan Ekonomi Dalam Meminimalisir Pengangguran Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 943

Sukardjono, Edi. 2005. Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-Pedagang Di Pasar Parung Panjang Bogor Terhadap Pedagang Di Pasar Lain. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 73.

