

**PENGARUH LITERASI INFORMASI TERHADAP
KEMAMPUAN STOK PRODUK PENJUAL (STUDI
KASUS PADA TOKO PAKAIAN WANITA DI
KECAMATAN SANGATTA UTARA)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur Sebagai
Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh:

CINNY GUYRIAWATI

NIM. 20.2.21.065

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA
KUTAI TIMUR**

2024



Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR
TERAKREDITASI B**

Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020

Alamat : Sockarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596642

Website: <http://www.staiskutim.ac.id> E-mail: admin@staiskutim.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara/i :

Nama : Cinny Guyriawati
NIM : 20.2.21.065
Jurusan : Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Literasi Informasi terhadap Kemampuan Stok Produk Penjual (Studi Kasus pada Toko Pakaian Wanita di Kecamatan Sangatta Utara)

Dengan ini saya mohon agar proposal skripsi tersebut dapat dilanjutkan ketahap skripsi.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sangatta,2023

Pembimbing I

Irena Hayati, M.Pd

Pembimbing II

Totok Adhi Prasetyo, M.M

Mengetahui,

Ketua Jurusan Syariah



Achmad Fahrudin, M.S.I.



Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR
TERAKREDITASI B

Berdasarkan SK BAN-PT nomor:349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020

Alamat : Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662

Website: <https://www.staiskutim.ac.id> E-mail: admin@staiskutim.ac.id

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Informasi Terhadap Kemampuan Stok
Produk Penjual (Studi Kasus pada Toko Pakaian Wanita di
Kecamatan Sangatta Utara)

Nama : Cinny Guyriawati

Nim : 20.2.21.065

Jurusan : Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasah di depan tim Penguji Jurusan Syariah Program Studi
Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta (STAI) Sangatta Kutai
Timur Pada Tanggal 16 Juni 2024 dinyatakan **LULUS** dengan predikat (**Sangat
Memuaskan**), dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E).

Tim Sidang

1. Dr. Eko Nursalim, M.S.I
(Ketua Sidang)
2. Siti Rochani, M.M
(Sekertaris)
3. Dr. Satriah, M.Pd.
(Penguji Utama)
4. Dr. Eko Nursalim, M.S.I
(Penguji I)
5. H. Haryono, M.Si.
(Penguji II)

Tanda Tangan


.....

.....

.....

.....

.....

Sangatta, 16 Juni 2024

Mengesahkan

Ketua STAI Sangatta Kutai Timur


Dr. Satriah, M.Pd
NIDN. 2116097501

PERNYATAAN

Nama : Canny Guyriawati
Nim : 20.2.21.065
Jurusan : syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Informasi terhadap Kemampuan Stok Produk Penjual (Studi Kasus pada Toko Pakaian Wanita di Kecamatan Sangatta Utara)

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini bukanlah karya dan buah pikiran yang sudah (pernah) ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini.

Sangatta, 27 Mei 2024

Yang Menyatakan,



MOTTO

**"Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran,
kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama
kemudahan." -HR Tirmidzi**

**“Man jadda wajada (Barang siapa yang bersungguh-sungguh, ia
akan mencapai tujuannya)”**

“Berbuat baiklah tanpa perlu alasan dan balasan”

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. Dan do'a dari orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. Karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat di buat dan selesai tepat waktu, Sekaligus baginda Rasulullah SAW, Berkat syafaat beliaulah sampai saat ini saya merasa berada di jalan yang benar untuk tetap terus menuntut ilmu dan meyelesaikan skripsi ini.
2. Ketiga orang tuaku Papa Yuwono S Gunadi dan Mama Hastuti Sahida serta Bapak sambung saya H.Muhammad Yunus, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan anak mu ini, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang engkau panjatkan. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan serta kasih sayang mu, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.
3. Suamiku tercinta Rizal Lukita Pratama, terimakasih telah memberikan kasih sayang, cinta, semangat dan do'a yang tiada henti untuk kesuksesan dan cita-cita istrimu ini, terimakasih untuk pengertian dan kesabaran mu selama ini. Terima kasih juga sudah memberikan dukungan materi untuk istrimu ini, tanpa semangat dan do'a dari kamu suamiku, mungkin aku tidak bisa bertahan sejauh ini.

4. Ibu mertua, Bapak mertua dan adik iparku , terimakasih juga untuk dukungan dan do'a nya sehingga selesai skripsi ini.
5. Saudara-Saudara ku (Meliany Guyriawati, Siti Nur Aisyah, Siti Nur Atiqa, Muhammad Maulana) dan semua saudara ku yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu namanya terimakasih atas semangat dan do'a nya yang telah diberikan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman – teman kelas saya ES Siang dan Sahabat – Sahabat saya (Salma, Ninay, Ahmad Ghazali dan kak Winda Havid) terima kasih telah berjuang bersama dan terima kasih telah membantu, memberikan semangat kepada saya sehingga saya bisa bertahan sejauh ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Diri saya sendiri , terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, Mampu mengendalikan diri dari tekanan dari luar dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik-baiknya , ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri .

Penulis dalam hal ini juga mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca umumnya. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq Dan Hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Suatu kebanggaan tersendiri, jika tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi merupakan tugas yang tidak ringan. Peneliti sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Kalaupun akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis menyampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Satriah, M.Pd selaku Ketua STAI Sangatta Kutai Timur.
2. Bapak Achmad Fahrudin, M. S. I selaku ketua Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai timur yang berkenan memberikan kesempatan pada peneliti untuk menuntut ilmu di program Studi Ekonomi Syariah
3. Ibu Imrona Hayati, M.Pd selaku Sekertaris Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.

4. Bapak Firdaus, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Imrona Hayati, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Totok Adhi Prasetyo, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing, sehingga dengan kesabaran penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Para Dosen Pengajar dan Staff karyawan di lingkungan Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
7. Bapak Yuwono S Gunadi dan Ibu Hastuti Sahida beserta Suami dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa meberikan semangat dan memperjuangkan segalanya demi suksesnya peneliti dalam menuntut ilmu
8. Teman – temanku yang senantiasa menemaniku dalam suka maupun duka dan semua pihak yang telah memberikan fasilitas dalam menyusun skripsi ini. Dan semua pihak yang tidak memungkinkan disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan selalu memberikan motivasi guna menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca umumnya. Aamiin.

Sangatta, 27 mei 2024

Cinny Guyriawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
PERSTUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	10
C. Perumusan Masalah	12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Deskripsi Teori	16
B. Telaah Pustaka.....	45
C. Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	49

D. Variabel Penelitian dan Indikator	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Uji Instrumen Penelitian	55
G. Teknis Analisis Data	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Data Penelitian.....	65
B. Pengujian Hipotesis.....	107
C. Pembahasan Hasil Penelitian	113
D. Keterbatasan Penelitian	115
BAB V PENUTUP.....	116
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	51
Tabel 3.2 Skala Likert.....	55
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.1).....	72
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.2).....	73
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.3).....	74
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.4).....	76
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.5).....	77
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.6).....	78
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.7).....	79
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.8).....	80
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.9).....	82
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.10).....	83
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.11).....	84
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.12).....	85
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.13).....	86
Tabel 4.15 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.1).....	88
Tabel 4.16 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.2).....	89
Tabel 4.17 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.3).....	90
Tabel 4.18 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.4).....	91
Tabel 4.19 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.5).....	92

Tabel 4.20 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.6).....	93
Tabel 4.21 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.7).....	94
Tabel 4.22 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.8).....	95
Tabel 4.23 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.9).....	96
Tabel 4.24 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.10).....	97
Tabel 4.25 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.11).....	98
Tabel 4.26 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.12).....	99
Tabel 4.27 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (Y.13).....	100
Tabel 4.28 Uji Validitas Variabel X (Literasi Informasi) dan Y(Kemampuan Stok Produk Penjual).....	101
Tabel 4.29 Hasil Realibilitas Data Variabel X	103
Tabel 4.30 Hasil Uji Realibilitas Y (Kemampuan Stok Produk Penjual).....	103
Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	105
Tabel 4.32 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	107
Tabel 4.33 Hasil Uji F.....	109
Tabel 4.34 Hasil Uji T.....	110
Tabel 4.35 Hasil uji Koefisien determinasi.....	111
Tabel 4.36 Hasil Uji Analisis Korelasi Produk Momen.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Lama Usaha.....	70
Gambar 4.2 Pendidikan Terakhir.....	71
Gambar 4.3 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.1).....	72
Gambar 4.4 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.2).....	73
Gambar 4.5 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.3).....	75
Gambar 4.6 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.4).....	76
Gambar 4.7 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.5).....	77
Gambar 4.8 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.6).....	78
Gambar 4.9 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.7).....	79
Gambar 4.10 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X8).....	81
Gambar 4.11 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.9).....	82
Gambar 4.12 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.10).....	83
Gambar 4.13 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.11).....	84
Gambar 4.14 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.12).....	85
Gambar 4.15 Hasil Jawaban Responden Pada Pertanyaan (X.13).....	87
Gambar 4.16 Uji Heteroskedastisitas.....	106

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Pedoman transliterasi dalam skripsi ini mengacu pada SKB Menteri Agama dan Menteri P dan K Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
ا	Alif	Tidak didefinisikan
ب	Ba	B
ت	Ta	T
ث	Tsa	Ts
ج	Jim	J
ح	Ha	H
خ	Kha	Kh
د	Dal	D

ذ	Dzal	Dz
ر	Ra	R
ز	Za	Z
س	Sin	S
ش	Syin	Sy
ص	Shad	Sh
ض	Dhad	Dh
ط	Tha'	Th
ظ	Zha'	Zh
ع	'Ain	'
غ	Gain	G
ف	Fa	F
ق	Qaf	Q
ك	Kaf	K
ل	Lam	L

م	Mim	M
ن	Nun	N
و	Wau	W
هـ	Ha	H
ء	Hamzah	.
ي	Ya	Y

2. Maddah

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

قَالَ	Dibaca qaa>la
قِيلَ	Dibaca qii>la
يَقُولُ	Dibaca yaquu>lu

3. Ta Marbutah

Transliterasinya menggunakan:

- Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya *h*.
- Contoh: طَلْحَةَ dibaca thalhah

- c. Pada kata yang terkahir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ dibaca raudhah al-athfaal

4. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّحِيمِ dibaca ar-Rahiimu

- b. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai bunyinya.

Contoh: الْمَلِكِ dibaca al-Maliku

5. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan,

maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا dibaca Man istatha'a ilaihi sabiila

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan
SWT.	Subhanahu wa Ta'ala
Saw.	Shalallahu 'alaihi wa sallam
AS.	'alaihi wa sallam
QS.	al – Qur'an Surah
HR.	Hadis Riwayat
h.	Halaman
Dst.	Dan Seterusnya
Dll.	Dan Lain – lain
Tp.	Tanpa penerbit
Ed.	Editor

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi trend center di masyarakat. Produk fashion termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun. Produk fashion meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan (produk yang dijual) dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang dijual oleh perusahaan tersebut. Banyak pemasar yang berusaha untuk menawarkan model pakaian terkini yang menggunakan bahan berkualitas, pembuatan desain secara khusus yang dibuat oleh toko tersebut atau ciri khas dari toko, bahkan mereka memberikan penawaran harga yang pas dikantong (murah). Semua pilihan tergantung pada konsumen itu sendiri, mereka lebih memilih baju dengan harga yang tergolong mahal atau harga murah kualitas oke.

Di dalam menjalankan persaingan bisnis, pemasar diharapkan memiliki kreativitas yang tinggi di dalam menciptakan inovasi, hal tersebut menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis karena dengan inovasi yang dibuat oleh pemasar mampu membuat perusahaan bertahan dalam suatu persaingan. Para pemasar juga harus menyediakan sarana untuk konsumen agar bisa mencari informasi secara detail.

Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat sering mengidentikkan fashion dengan busana atau pakaian, padahal sebenarnya yang dikatakan fashion adalah segala sesuatu yang sedang tren dalam masyarakat. Hal ini mencakup busana, selera makan, hiburan, barang-barang konsumsi dan lain-lain. Jadi sebenarnya fashion bisa mencakup apa saja yang diikuti oleh banyak orang dan menjadi trend.¹ Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan mengenai tentang pakaian pada surah Al- A'raf ayat 26 yang berbunyi :²

يَبْنَىٰ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَءَاتِكُمْ وَرِيْشًا وَّلِبَاسُ التَّقْوٰى
ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ

26. Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa

¹ Dola Asmita and Erianjoni Erianjoni, "Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP)," *Jurnal Perspektif* 2, no. 2 (May 24, 2019): 73, <https://doi.org/10.24036/PERSPEKTIF.V2I2.73>.

² Hatta Ahmad, *Tafsir Qur'an Perkata* (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2009), h. 153.

itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat.

Ayat ini setidaknya menjelaskan dua fungsi pakaian, yaitu penutup aurat yakni hal-hal yang tidak wajar dilihat orang lain dan rawan, serta sebagai hiasan bagi pemakainya. Sebagian ulama menyatakan bahwa ayat ini berbicara fungsi ketiga pakaian, yaitu fungsi takwa, dalam arti pakaian takwa dapat menghindarkan seseorang terjerumus ke dalam bencana dan kesulitan, baik bencana duniawi maupun ukhrawi.³

Produk *Fashion* sangat banyak macamnya mulai dari pakaian, sepatu dan tas yang mana produk tersebut termasuk kebutuhan setiap orang. Namun ada beberapa orang yang membeli produk hanya karena memenuhi keinginan bahkan meniru teman, saudara atau artis idola. Dalam menggambarkan tren fashion dapat dilihat dari bagaimana mengekspresikan diri dari apa yang mereka lihat dan minati.

Perkembangan dunia usaha yang tidak lepas dari persaingan saat ini, menuntut perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Hal ini memacu para pengusaha untuk memaksimalkan dalam mempertahankan atau meningkatkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus mengambil langkah-langkah maju untuk mengungguli pesaingnya.

³ M. Q. Shihab, *Wawasan Al-Qur'an* (Bandung: Penerbit Mizan, 1999), 159–60.

Langkah-langkah maju dalam usaha agar sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan potensi dan kemampuan yang maksimal, salah satu yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu bidang yang harus diperhatikan demi keberhasilan perusahaan di samping kegiatan bidang lainnya seperti produksi, personalia dan keuangan.

Salah satu aspek strategis perusahaan agar dapat bersaing dalam dunia bisnis adalah perencanaan dan tersedianya produk untuk memenuhi tuntutan pasar. sehingga kemampuan dalam meramalkan keadaan bisnis dimasa depan sangat dibutuhkan. Permasalahan yang dihadapi oleh para manajer adalah bagaimana meramalkan penjualan produk di masa mendatang berdasarkan data yang telah direkam sebelumnya. Peramalan tersebut sangat berpengaruh pada keputusan manajer untuk menentukan jumlah produk barang yang harus disediakan oleh perusahaan. Beberapa permasalahan yang sering ditemukan dalam pengelolaan ketersediaan produk yaitu kurangnya ketersediaan jumlah stok produk atau juga jumlah stok produk yang berlebih. Kurangnya ketersediaan jumlah stok produk berakibat pada tidak terpenuhinya permintaan dari konsumen, sedangkan kelebihan jumlah stok produk berakibat pada kerugian perusahaan karena perusahaan terlalu lama menyimpan modal atau produk.

Perencanaan dan pengendalian produksi adalah serangkaian aktivitas manajemen yang mendukung kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas ini meliputi perencanaan dan pengendalian material yang masuk, material dalam proses, dan barang jadi yang keluar dari sistem produksi. Tujuan perencanaan dan pengendalian produksi meliputi meminimalkan biaya, memaksimalkan laba dan layanan pelanggan, meramalkan permintaan produk, memonitor permintaan aktual, membandingkan hasil ramalan dengan permintaan aktual, dan memperbaiki proses peramalan jika terjadi penyimpangan. Perusahaan perlu menyusun strategi perencanaan produksi yang efektif untuk memastikan kapasitas produksi dapat memenuhi perkiraan permintaan dan menetapkan rencana terbaik untuk memenuhi permintaan yang ada.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut pihak perusahaan harus dapat merencanakan jumlah stok produk yang akan disimpan, sehingga tidak terjadi kelebihan stok produk maupun terjadi kekurangan stok produk yang akan menghambat pekerjaan. Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memprediksi atau meramalkan penjualan atau permintaan produk oleh konsumen.

Dalam era bisnis yang terus berkembang pesat, kemampuan penjual dalam mengelola stok produknya menjadi krusial untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan bisnis. Seiring dengan itu, literasi informasi muncul sebagai aspek kritis dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin

kompleks. Literasi informasi bukan sekadar keterampilan teknologi, tetapi mencakup pemahaman mendalam tentang data pasar, analisis tren konsumen, serta kebijakan manajemen stok yang efisien. Fenomena ini mengajukan pertanyaan penting tentang sejauh mana tingkat literasi informasi penjual dapat memengaruhi kualitas manajemen stok produk mereka.

Pentingnya literasi informasi dalam konteks manajemen stok tidak hanya berkaitan dengan daya saing bisnis, tetapi juga dengan ketahanan terhadap perubahan pasar yang cepat. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara holistik bagaimana tingkat literasi informasi penjual dapat berdampak pada aspek-aspek kunci manajemen stok, termasuk peramalan persediaan, penataan stok yang tepat, dan pengambilan keputusan terkait diskon atau rotasi produk. Pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara literasi informasi dan kemampuan stok produk dapat memberikan wawasan strategis bagi penjual dalam menghadapi ketidakpastian pasar.

Perkembangan pasar yang semakin dinamis dan persaingan bisnis yang ketat menuntut penjual untuk memiliki keterampilan literasi informasi yang tinggi guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing produk mereka. Dalam konteks ini, literasi informasi tidak hanya melibatkan penguasaan teknologi informasi, tetapi juga kemampuan dalam menganalisis data pasar, memprediksi tren konsumen, dan secara efektif mengelola stok produk.

Penelitian ini mencoba untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana tingkat literasi informasi penjual berkontribusi terhadap efisiensi manajemen stok produk.

Dalam era di mana informasi menjadi aset utama, literasi informasi menjadi pondasi esensial bagi individu maupun organisasi. Keterampilan untuk mengelola, menganalisis, dan menggunakan informasi dengan tepat memainkan peran krusial dalam kesuksesan berbagai bidang, termasuk dalam konteks manajemen stok produk penjual. Literasi informasi mencakup lebih dari sekadar kemampuan teknis; melibatkan keahlian dalam memahami kompleksitas data pasar, mengidentifikasi tren konsumen, dan mengambil keputusan yang cerdas terkait manajemen persediaan. Penjual yang mampu menguasai literasi informasi dengan baik memiliki keunggulan dalam merespons perubahan pasar, mengoptimalkan persediaan, dan mengurangi risiko ketidaksesuaian stok dengan permintaan pasar. Sebaliknya, kurangnya literasi informasi dapat mengakibatkan ketidakmampuan untuk mengakses dan memanfaatkan informasi secara optimal, menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan stok produk penjual menjadi elemen kritis dalam menjaga kelangsungan dan daya saing usaha. Manajemen stok yang efisien bukan hanya sekadar kebutuhan operasional, melainkan juga suatu keharusan strategis dalam

memenuhi permintaan pasar yang berubah-ubah. Dalam konteks ini, literasi informasi penjual menjadi elemen sentral, mengingat peran pentingnya dalam mengolah data, menganalisis tren pasar, dan mengambil keputusan yang tepat terkait stok produk.

Pemahaman mendalam terhadap keterkaitan antara literasi informasi dan kemampuan stok produk penjual menjadi semakin penting mengingat pergeseran paradigma bisnis menuju ekosistem digital. Dengan literasi informasi yang baik, penjual dapat secara proaktif merespons dinamika pasar, menganalisis pola penjualan, dan memprediksi kebutuhan stok dengan lebih akurat. Sebaliknya, kurangnya literasi informasi dapat membatasi kemampuan penjual dalam mengoptimalkan stok, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi risiko kerugian. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menyorot pentingnya literasi informasi dalam konteks kemampuan stok produk penjual. Dengan menyelidiki sejauh mana tingkat literasi informasi mempengaruhi pengelolaan stok produk, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis di ranah manajemen stok.

Sanggata Utara merupakan sebuah wilayah kecamatan yang terletak di Kabupaten Kutai Timur , Provinsi Kalimantan Timur yang menjadi pusat pemerintahan dan perekonomian Kabupaten Kutai Timur. Memiliki luas wilayah kurang lebih $35.747,50 \text{ km}^2$ atau 17% dari luas provinsi Kalimantan

timur dan berpenduduk sebanyak 253.847 jiwa, dengan hasil sensus penduduk Indonesia pada tahun 2010. Kota sangatta juga merupakan kota yang sedang berkembang yang mana salah satunya adalah dalam bisnis penjualan pakaian wanita. Berdasarkan BankData UMKM KUTIM Dinas Koperasi,Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kutai Timur Tahun 2023 terdapat 226 Usaha Penjualan Pakaian Wanita yang ada di Kecamatan Sangatta Utara. Di beberapa toko pakaian yang terletak di wilayah kecamatan sangatta utara banyak menawarkan beragam produk fashion, mulai dari jenis yang beragam, ukuran yang beragam, model yang beragam, dan kualitas produk yang beragam menarik para konsumen. Selera warga Sangatta Utara akan menciptakan pasar baru didunia fashion terutama dengan banyak nya pelajar,mahasiswa dan pekerja wanita yang ingin tampil trendy dan selalu ingin terlihat *up- to -date*.

Banyaknya persaingan dalam usaha dunia *fashion* juga terjadi di wilayah Kecamatan Sangatta Utara dimana banyak terdapat usaha atau toko *fashion* yang menyebabkan setiap toko bersaing untuk menarik para konsumen. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “ Pengaruh Literasi Informasi Terhadap Kemampuan Stok Produk Penjual (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Wanita di Kecamatan Sangatta Utara)”.

B. Definisi Operasional

1. Literasi Informasi

Literasi informasi merupakan gabungan dari dua kata yang merupakan terjemahan istilah asing yaitu *information literacy*. Dalam bahasa Indonesia kata literasi berarti kemampuan menulis dan membaca. Sedangkan informasi berarti kabar atau berita tentang sesuatu. Dalam rumusan sederhana literasi informasi kemampuan seseorang dalam mencari sampai menggunakan informasi secara efektif.⁴

Literasi Informasi merupakan kemampuan individu dalam menentukan kapan informasi dibutuhkan dan mempunyai keahlian untuk menemukan, mengevaluasi, dan menggunakannya secara efektif sesuai dengan kebutuhannya. Tujuan dari literasi informasi ini adalah memudahkan seseorang untuk belajar secara mandiri, memilah informasi yang akan digunakan ditengah era ledakan informasi, serta memenuhi kebutuhan informasinya baik untuk kebutuhan bersosialisasi, mencari pekerjaan, mencari informasi mengenai kesehatan ataupun informasi mengenai kehidupan dalam bermasyarakat.

Literasi informasi bagi penjual toko pakaian adalah kemampuan untuk mengidentifikasi, mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan

⁴ Skripsi Diajukan and Untuk Memenuhi Persyaratan, "Kemampuan Literasi Informasi Mahasiswa STEI SEBI," September 26, 2018, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42197>.

informasi yang relevan secara efektif dalam menjalankan bisnis. Penjual perlu memahami berbagai jenis informasi yang bisa mempengaruhi toko pakaian mereka, seperti tren mode terkini, preferensi pelanggan, data penjualan, dan aktivitas pesaing. Dengan kemampuan literasi informasi yang baik, penjual dapat mengumpulkan data dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal, untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan penawaran produk. Evaluasi informasi memungkinkan penjual untuk memastikan data yang dikumpulkan adalah akurat dan dapat dipercaya, sementara pengorganisasian informasi membantu dalam menyusun strategi penjualan yang lebih efektif. Akhirnya, penggunaan informasi yang tepat mendukung pengambilan keputusan yang strategis, seperti menentukan stok barang, menetapkan harga, dan merencanakan promosi, sehingga meningkatkan kinerja toko dan kepuasan pelanggan.

2. Kemampuan Stok Produk Penjual

Kata “kemampuan” berasal dari kata mampu yang berarti kuasa (bisa, sanggup) melakukan sesuatu, dapat. Kemudian mendapat imbuhan ke-an menjadi kemampuan yang berarti kesanggupan, kecakapan, kekuatan.⁵

⁵ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, II (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 707.

Menurut Robbin dan Stephen kemampuan adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan.⁶

Stok produk penjual adalah jumlah barang atau produk yang dimiliki dan disimpan oleh penjual dalam suatu periode waktu tertentu. Ini mencakup semua barang yang tersedia dan siap dijual di toko atau gudang penjual. Stok produk penjual merupakan bagian integral dari kegiatan operasional bisnis, dan manajemen stok yang baik dapat memastikan ketersediaan barang yang memadai untuk memenuhi permintaan pelanggan, mencegah kekurangan stok, dan mengoptimalkan efisiensi operasional.

C. Perumusan Masalah

Apakah Literasi Informasi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kemampuan Stok Produk Penjual pada Toko Pakaian Wanita di Kecamatan Sangatta Utara?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

⁶ Robbin and Stephen, *Prilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, n.d.), 56.

Untuk mengetahui apakah Literasi Informasi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Kemampuan Stok Produk Penjual pada Toko Pakaian Wanita di Kecamatan Sangatta Utara.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) untuk memperkaya literatur akademis dengan wawasan baru, kerangka konseptual, dan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan penjual dalam Stok Produk.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan untuk Jurusan Ekonomi Syariah STAIS.
- 3) Sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian berikutnya.

b. Manfaat praktis

- 1) Dapat dijadikan Pemahaman yang lebih baik tentang literasi informasi penjual yang dapat membuka pintu untuk merancang program pelatihan yang lebih efektif, meningkatkan kualifikasi penjual, dan membuat mereka lebih responsif terhadap Stok Produk.
- 2) Dapat memberikan informasi kepada pebisnis fashion wanita yang ingin membuka atau yang sudah memiliki bisnis fashion wanita.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) Bab, dimana uraian bab-bab tersebut adalah sebagai berikut :

- BAB I :** Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.
- BAB II :** Bab ini berisikan tentang teori – teori yang diperlukan dalam penelitian yaitu (Pengaruh Literasi Informasi terhadap Kemampuan Stok Produk Penjual), telaah Pustaka dan hipotesis penelitian.
- BAB III :** Metode Penelitian ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel penelitian dan indikator, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian, dan teknik analisis data.
- BAB IV :** Hasil Penelitian dan Pembahasan Bab ini berisikan tentang gambaran objek penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.
- BAB V :** Penutup Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran-saran. Bagian akhir berisi sistematika penulisan, daftar pustaka dan lampiran-lampiran.