

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan majunya perkembangan zaman di era sekarang ini, banyak sekali perubahan-perubahan yang dapat kita lihat di segala bidang kehidupan manusia. Salah satu yang sangat menonjol adalah perubahan di bidang teknologi dan Informasi yaitu internet. Internet saat ini bukan hanya sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai media untuk pencarian informasi. Dengan internet manusia dapat mengakses informasi dengan cepat dan mudah sehingga mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhannya.¹ Dalam memenuhi kebutuhannya manusia tidak lepas dari kegiatan konsumsi.

Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang pokok dalam sendi kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini, terkadang konsumsi yang dimaksud adalah tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan akan kebutuhan pokok yaitu makan dan minum. Tetapi, konsumsi yang ada merupakan pemenuhan akan kebutuhan pokok (makan dan minum), serta untuk pemenuhan kebutuhan sandang dan papan. Hal ini harus dilaksanakan secara terencana sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia. Jangan

¹ Sri Budi Lestari, " Shopping Online Sebagai Gaya Hidup", *Jurnal Ilmu Sosial*, 14.2 (2015), 24-25

sampai mencapai pada "besar pasak, daripada tiang" yaitu lebih

besar pengeluaran daripada pendapatan.² Sehingga, konsumen dituntut menjadi konsumen yang rasional dalam berkonsumsi jangan sampai menjadi konsumen yang konsumtif.

Online shop adalah salah satu perkembangan teknologi yang semakin modern, serba canggih yang membuat segala sesuatu pun menjadi lebih cepat dan instan. Hasil survei *We Are Social* pada April 2021 mengukuhkan Indonesia sebagai negara tertinggi di dunia yang menggunakan layanan *e-commerce* di mana sebanyak 88,1 persen pengguna internet di Indonesia berbelanja *online*.³ Berdasarkan data *Statista Market Insights*, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023.⁴ Dengan adanya *online shop* semua orang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari tanpa harus keluar rumah, inilah yang memicu masyarakat senang melakukan belanja *online* dan menjadi lebih konsumtif karena begitu banyaknya media *online shop* yang

² Aldila Septiana, "Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam", *Jurnal DINAR*, 1.2 (2015), 4-5

³ Yana Achmad Haikal. (2022) Diakses Pada 13 februari 2024 Pukul 20:33 WIB, dari <https://www.ojk.go.id/>

⁴ Ridhwan Mustajab (2023) Di akses pada 13 februari 2024 Pukul 20:05 WIB, dari <https://dataindonesia.id/>

menawarkan barang dan jasa yang menarik dengan harga dan kualitas yang bervariasi⁵.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi membeli barang-barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata keinginan. dan untuk mencoba produk, walaupun sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut. Perilaku konsumtif sendiri dalam Islam tidak dianjurkan. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok sehat dan tidak menjijikan serta larangan israf. Sebagaimana di tuliskan dalam Alqur'an Surah Al-Isra ayat 26-27⁶ :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمَسْكِينِ وَالْأَسْفِلِ وَلَا تُبْذِرْ
تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ
الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya :

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang

⁵ Ni Kadek Devi Aprilia Agustini, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Ekonomi Angkatan 2012", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.1 (2017), 129-130

⁶ Dela Septiansari dan Trisni Handayani, "Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Covid-19", *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5.1 (2021), 54-55

yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.

Dalam hal konsumsi, Rasulullah selalu hati hati dan membatasi diri sesuai dengan kebutuhan dan tidak memperturutkan keinginan atau hawa nafsu. Namun karena semakin majunya perkembangan internet dan menjamurnya situs *online shop*, perilaku berbelanja pun sangat lekat dimasyarakat terlebih dikalangan mahasiswa.⁷ Mahasiswa merupakan kalangan yang "melek" teknologi dan sangat dekat dengan dunia internet sehingga fenomena *online shop* sangat dekat dengan mereka. Pola konsumsi mahasiswa terutama kaum wanita (mahasiswi) khususnya konsumsi produk *fashion* mengalami peningkatan. Mahasiswi tertarik untuk mengkonsumsi produk *fashion* karena mengikuti trend saat ini.⁸ Pola konsumsi yang tinggi cenderung menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini terjadi karena berbagai macam faktor. Selain faktor kemudahan dalam pembelian *online* faktor lain yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumtif antara lain faktor gaya hidup,

⁷ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual beli Online (Online Shop) Dalam hukum Islam Dan Negara", *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3.1 (2017), 52-54.

⁸ Misi Anggraini, Helda Nusrida, dan Neng Kamarni, "Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol)", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 5.3 (2022), 53-54.

harga, dan promosi serta kemudahan yang ditawarkan oleh toko *online* tersebut.⁹

Permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah masih banyaknya mahasiswa yang tidak terkontrol dalam pemanfaatan *online shop*. Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil *survey* awal yang dilakukan oleh peneliti terdapat 6 dari 20 responden diantaranya menjawab dapat melakukan belanja *online* lima kali bahkan lebih dalam sebulan dan beberapa pula mengaku bahwa cukup sering melakukan pembelian pada barang atau produk yang tidak penting bahkan tidak diperlukan, tentu saja hal ini sangat bertentangan dengan prinsip konsumsi Islam yang mengutamakan masalah serta kesederhanaan dalam memperhatikan kualitas konsumsi (halal lagi baik) dan mengutamakan mengkonsumsi barang yang lebih diperlukan daripada keinginan semata.

Kategori produk yang paling sering dibelanjakan adalah *fashion* seperti baju, kerudung, sepatu, tas dan beberapa keperluan lainnya Menurut 3 sampel subjek yang menjadi data awal penelitian menyatakan bahwa alasan melakukan belanja *online* karena trend jaman sekarang, banyak model yang bisa dipilih, dan lebih mudah dalam bertransaksi tidak perlu keluar rumah dan harga yang lebih

⁹ Delfia Wulandari dan Prima Aulia, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z di Kota Padang", *Jurnal Riset Psikologi*, 5.1 (2022), 179-180

murah jika dibandingkan barang atau produk yang dijual pada toko fisik. Maka dari itu penulis ingin meneliti tentang " Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop* Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonoomi Dan Bisnis Islam Uinfas Kota ".

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop* ?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop* ?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop* ?
4. Bagaimana pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop*
2. Untuk mengetahui Promosi berpengaruh terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop*
3. Untuk mengetahui Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop*
4. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Belanja Konsumen *Online Shop*

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian adalah manfaat apa yang dapat diberikan dari hasil penelitian yang dilakukan. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan terkait faktor-faktor minat beli konsumen melalui *online shop* dan bisa digunakan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berminat dalam bidang penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam mengimplementasikan ilmu di bidang konsumsi dalam memanfaatkan nilai guna suatu produk serta menambah potensi peneliti yang bertujuan untuk penelitian yang lebih baik kedepannya.

b. Bagi Fakultas

Penelitian ini sebagai sumbangan bahan bacaan dalam bidang ekonomi Islam khususnya dalam bidang konsumsi.

c. Bagi Masyarakat

Menambah wawasan pembaca dalam menambah wawasan dan pengetahuan terkait mengenai bidang

konsumsi sehingga dapat menjadi pertimbangan saat memanfaatkan suatu produk.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Puput Tri Wahyuni yang berbentuk skripsi dengan metode pelaksanaan PKM bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui perbandingan dari minat konsumen dalam penjualan *online* dan *offline* dodol kelapa sawit, dan untuk mengetahui banyaklah pembelian melalui *online* atau *offline*. Sehingga dapat mudah mengelompokkan banyaklah minat pembeli *online* atau *offline*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif diskriptif. Dari hasil penelitian dan data penjualan dodol, ternyata minat konsumen dalam membeli dodol kelapa sawit lebih banyak dalam pemesanan online. Dikarenakan teknologi semakin canggih dan mempermudah pembeli dalam memesan suatu produk, menurut uraian salah satu pelanggan dodol sawit dengan adanya teknologi sangat membantu konsumen dalam membeli produk dengan mudah dan cepat dan tidak ribet harus menemui langsung. Persamaan penelitian ini sama-sama mengkaji minat konsumen dalam konteks pembelian. Keduanya juga fokus pada bagaimana berbagai faktor mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, perbedaannya

penelitian Puput Tri Wahyuni mengkaji perbandingan minat konsumen antara pembelian online dan offline pada produk dodol kelapa sawit, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada analisis faktor harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat belanja konsumen online shop di kalangan mahasiswa, menggunakan pendekatan kuantitatif.¹⁰

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Lisa Ulva berbentuk skripsi bertujuan untuk melihat “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja *Online* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)” ada empat variabel yang diambil pada penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan berbelanja *online*. Metode pendekatan penelitian ini kuantitatif. Populasi penelitian ini 2.915 orang dengan Sampel 97 orang. teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, distribusi dan promosi secara bersama-sama(simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berbelanja online. Penelitian ini memiliki persamaan dalam hal fokus utama, yaitu menganalisis

¹⁰ Puput Tri Wahyuni, 'Analisis Peebandingan Minat Konsumen Dalam Pembelian Online dan Offline Dodol Kelapa Sawit Makanan Tradisional Studi Desa Purbosari kec.Seluma Barat Kab.Seluma' (Skripsi,Universitas Islam Negeri FatmawatiSukarno Bengkulu, 2022)

faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan belanja *online* dengan pendekatan kuantitatif. perbedaannya Lisa Ulva mengkaji kualitas produk, harga, distribusi, dan promosi, sedangkan penelitian ini lebih terfokus hanya pada tiga variabel utama, yakni harga, promosi, dan kualitas produk, dengan objek penelitian mahasiswa FEBI UINFAS Bengkulu.¹¹

3. Penelitian yang berbentuk skripsi dilaksanakan oleh Novi Winda Sari yaitu bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu akibat penggunaan *online shop* dan apakah perilaku konsumsi mahasiswa sesuai etika konsumsi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu berupa penjabaran atau gambaran dalam bentuk tulisan yang dideskripsikan berdasarkan hasil penelitian. Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tercermin dari perilaku pembelian karena adanya diskon yang ditawarkan, pembelian karena adanya gratis ongkir, pembelian dilakukan bertujuan untuk menjaga penampilan, dan pembelian dilakukan karena rasa penasaran. Perilaku konsumsi mahasiswa tidak sesuai dengan etika konsumsi Islam dimana mahasiswa

¹¹ Lisa Ulva, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Online (Studi Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Banda Aceh)', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Banda Aceh, 2020)

melakukan konsumsi karena keinginan semata dan konsumsi dilakukan secara boros bahkan mubazir. Penelitian Novi Winda Sari dan penelitian saya memiliki persamaan fokus yang sama, yaitu perilaku konsumsi pelajar terkait *online* shop dan prinsip konsumsi Islam. Namun, penelitian Novi Winda Sari bertujuan menilai keselarasan perilaku konsumsi pelajar dengan etika konsumsi Islam dan menemukan bahwa konsumsi siswa sering boros, sedangkan penelitian saya menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berbelanja di toko *online* dan bagaimana prinsip konsumsi Islam diterapkan. Selain itu, metode yang digunakan oleh Novi Winda Sari adalah kualitatif, sementara metode penelitian saya kuantitatif.¹²

4. Penelitian yang di laksanakan oleh Agus Sriyanto dan Aris Wahyu Kuncoro Yang Berbentuk Jurnal nasional bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand ambassador (X1), Minat Beli (X2), dan Testimoni (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada situs jual beli *onlineshop* Shopee dengan studi kasus pada mahasiswa aktif Manajemen angkatan 2014 di Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 78 responden yang diambil dengan menggunakan simple

¹² Novi Winda Sari, ' Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Akibat Penggunaan *Online Shop* Di Tinjau dari Etika Konsumsi Islam', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno kota Bengkulu, 2021)

random sampling. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner dan dibantu dengan skala likert. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan objek-objek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Penelitian tersebut digunakan untuk menganalisis hasil jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Kemudian data diolah menggunakan software SPSS 23. Hasil analisis regresi berganda $Y = 2.338 + 0,394 X1 + 0,318 X2 + 0,323 X3 + e$. semua variabel independen (Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Persamaannya terletak pada kedua penelitian yang sama-sama menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks belanja *online*. Keduanya menggunakan metode kuantitatif untuk mengevaluasi pengaruh variabel terhadap keputusan atau minat belanja konsumen. Perbedaannya terletak pada fokus variabel dan perspektif yang digunakan dalam analisis.¹³

¹³ Agus Sriyanto dan Aris Wahyu Kuncoro pengaruh brand ambassador, Minat Beli, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian pada situs jual beli online shop Shopee dengan studi kasus pada mahasiswa aktif Manajemen angkatan 2014 di Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan', Jurnal Ekonomika dan Manajemen, 7.1 (2019), 21-34, (hal.21)

5. Penelitian yang di laksanakan oleh Putu Ayu yang berbentuk jurnal internasional dengan tujuan mereview literatur mengenai bagaimana ekonomi perilaku mempengaruhi individu membeli belanja *online*. Metode yang digunakan adalah literature review paper dai jurnal nasional dan internasional yang terindeks. Dari skema yang digunakan diperoleh 11 paper yang di review. Hasil menunjukkan bahwa Sikap konsumen pada pembelian barang *online* umumnya dipengaruhi secara signifikan oleh faktor psikologis, kebudayaan, sosial, dan kepribadian. Tetapi, juga terdapat faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi sikap konsumen di pembelian barang *online*, seperti manfaat yang dirasakan, risiko yang dirasakan, desain situs web, motivasi hedonis, kemudahan, respon, kepercayaan, keamanan, kualitas isu, promosi, produk, harga, efisiensi waktu, dan variasi barang yang beragam. Akan tetapi ada beberapa jurnal yang menunjukkan hubungan tidak signifikan antara perilaku ekonomi dengan keputusannya. Persamaan antara judul penelitian Putu Ayu dan judul saya adalah keduanya fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam belanja *online*. Perbedaannya terletak pada pendekatannya. Penelitian Putu Ayu menggunakan metode literature review untuk menganalisis berbagai hasil studi terkait perilaku konsumen online, sedangkan

penelitian ini berdasarkan penelitian lapangan primer dengan pendekatan kuantitatif terhadap responden aktif.¹⁴

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terstrukturnya penulisan tugas akhir ini, maka selanjutnya sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

A. Latar Belakang

Menggambarkan situasi dan kondisi yang mempengaruhi penelitian. Latar belakang memuat informasi tentang konteks penelitian termasuk sejarah, perkembangan, dan isu-isu yang terkait dengan topik penelitian.

B. Rumusan Masalah

Mengidentifikasi masalah yang akan dipecahkan dalam penelitian. Rumusan masalah memuat memuat deskripsi yang jelas dan spesifik tentang masalah yang akan dipecahkan.

C. Tujuan Penelitian

Menggambarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Tujuan penelitian memuat deskripsi yang jelas dan spesifik tentang apa yang ingin dicapai dalam penelitian.

¹⁴ Putu Ayu, 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Barang Online: *literatur Review* ', *Ekonomis : Journal Of Economics and Bussiness*, 7.1 (2023), 254-259 (hal.254)

D. Kegunaan Penelitian

Menggambarkan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian. Kegunaan penelitian memuat deskripsi yang jelas dan spesifik tentang manfaat yang akan diperoleh dari penelitian.

E. Penelitian Terdahulu

Menggambarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian terdahulu memuat deskripsi yang jelas dan spesifik tentang penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan bagaimana hasilnya memengaruhi penelitian ini.

Bab II Kajian Teori Dan Kerangka Berpikir

A. Kajian Teori

Berisi tentang teori atau konsep, berkaitan dengan kategori-kategorinya, karakteristik, macam-macam, yang dapat menggambarkan penjelasan variable secara utuh.

B. Kerangka Berpikir

Dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi, dan kajian kepustakaan, yang akan dijadikan dasar dalam kegiatan penelitian. Susunan seluruh variabel atau segala sesuatu yang nantinya membantu menjalankan penelitian dengan baik dan benar.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang tahap-tahap penelitian dari awal hingga akhir. Penelitian ini kuantitatif jadi dalam sistem penulisan skripsi sifatnya objektif. Di metode penelitian pada sistematika penulisan terdapat teknik penelitian. Teknik penelitian dilakukan dengan angket (kuesioner), observasi, dokumentasi. Metode penelitian juga akan mengulas tentang sampling, sampel, unit analisis dan populasi. Saat menjalankan penelitian di lapangan, tidak dapat dipungkiri bahwa perlu yang namanya teknik pengumpulan data .

DAFTAR PUSTAKA

