

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tahun 2020 merupakan tahun yang berat bagi dunia karena munculnya pandemi Covid-19 di Wuhan, China. Kemudian pandemi tersebut merebak dan memporak-porandakan perekonomian dunia termasuk di Indonesia. Pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku masyarakat seperti *social distancing* serta dapat mempengaruhi perubahan perilaku konsumen. Dengan adanya pandemi ini masyarakat dihadapkan pada persoalan transaksi ekonomi yang lebih aman dari penyebaran pandemi. Transaksi secara digital menjadi mayoritas pilihan masyarakat untuk menghindari kontak fisik yang terjadi (Fatoni, 2020). Terkait penelitian mengenai kegiatan belanja *online* selama pandemi Covid-19, *MarkPlus Inc* sudah melakukan penelitian mengenai hal tersebut dan menunjukkan hasil adanya peningkatan sebesar 24,2 persen (Merdeka, 2020).

Terdapat perubahan perilaku belanja pada generasi milenial terutama dikalangan Mahasiswa dikarenakan sistem belanja secara *online* berbeda dengan belanja secara langsung di toko. Sedangkan belanja melalui *online shop* pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual melainkan pembeli dapat membayar barang yang dipesan melalui ATM kepada penjual (Oktaviani dan Warsito, 2018). Dalam penelitian ini penulis memilih Mahasiswa dan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai bahan subjek penelitian karena menurut penulis Mahasiswa dan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta sudah bisa mewakili dalam pengambilan data pada penelitian ini dengan asumsi pernah diberikan materi jual beli dalam Islam dan pernah melakukan transaksi jual beli *online* sehingga penulis menganggap bahwa Mahasiswa dan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta paham dan mengerti mengenai konsep jual beli *online* dalam perspektif Islam.

Resiko dalam transaksi *online* muncul karena terdapat ketidakpastian pada produk yang akan dibeli. Hal ini terjadi karena dalam transaksi secara *online* pelanggan tidak dapat melihat produk yang akan dibeli secara langsung. Proses transaksi yang merugikan salah satu pihak dapat bertentangan dengan nilai akad jual beli dalam perspektif Islam dan menimbulkan ketidakpercayaan konsumen saat melakukan transaksi *online*. Hal ini terjadi karena mekanisme pembayaran dalam transaksi *online* mengharuskan pelanggan mentransfer uang terlebih dahulu sebelum produk diterima (Fachrurrozi dan Alchudri, 2016).

Kemudahan, harga, kepercayaan dan kenyamanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku belanja *online* di Indonesia (Harahap, 2018). Terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku belanja *online* yang pertama yaitu *service infrastructure* merupakan kemampuan *online shop* menyediakan sarana prasana sebagai kualitas layanan meliputi pengiriman dan kebijakan pengembalian barang. Faktor lain yang mempengaruhi belanja *online* yaitu *Acquisition Utilities* mewakili keuntungan atau kerugian ekonomi dari transaksi. Individu akan menetapkan tingkat utilitas yang berbeda untuk setiap

kelompok aset yang kemudian mempengaruhi keputusan konsumsi, keputusan investasi dan perilaku keuangan lainnya (Hartono, 2020).

Dalam kaidah fikih muamalah jual beli *online* dapat dikatakan sah apabila terpenuhi rukun dan syarat akad. Fiqh muamalah dalam arti luas adalah aturan-aturan (hukum) Allah SWT, yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan keduniaan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi dan sosial kemasyarakatan. Pengertian dari jual beli *online* itu sendiri adalah jual beli melalui media elektronik dan dapat melakukan pembayaran melalui transfer dengan harga yang sudah disepakati bersama sehingga penjual dan pembeli tidak diharuskan untuk bertemu langsung (Akhmad, 2018).

Menurut pandangan Islam terdapat perbedaan akad yang digunakan dalam jual beli konvensional dengan *online* sesuai dengan rukun dan syarat akad yang disepakati. Barang yang diperjual-belikan pun harus dengan kondisi yang jelas dan sesuai dengan yang diiklankan. Dalam bertransaksi pun si penjual dan pembeli harus secara sadar, tanpa paksaan, tidak merugikan salah satu pihak dan tidak mengandung riba. Dalam Islam transaksi *online* diperbolehkan asal tidak terdapat unsur *gharar*, riba dan *maisir* (Kurniawati, 2019).

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas maka penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH SERVICE INFRASTRUCTUR DAN ACQUISITION UTILITY TERHADAP PERILAKU BELANJA ONLINE MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM”** (Studi Kasus Mahasiswa

Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di Era *New Normal*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *service infrastructure* dapat mempengaruhi Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online* di tengah pandemi Covid-19?
2. Apakah *acquisition utility* dapat mempengaruhi Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online* di tengah pandemi Covid-19?
3. Apakah *service infrastructure* dan *acquisition utility* secara bersamaan dapat mempengaruhi Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online* di tengah pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *service infrastructure* dapat mempengaruhi Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online* di tengah pandemi Covid-19

2. Untuk mengetahui apakah *acquisition utility* dapat mempengaruhi Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online* di tengah pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui apakah *service infrastructure* dan *acquisition utility* secara bersamaan dapat mempengaruhi Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam berbelanja *online* di tengah pandemi Covid-19

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoris
 - a. Bagi Akademisi, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi informasi kepada pihak akademisi apakah perilaku belanja *online* Mahasiswa dapat dipengaruhi oleh *service infrastructure* dan *acquisition utility*.
 - b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman di bidang *service infrastructure* dan *acquisition utility* terhadap perilaku belanja *online* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam perspektif Islam era new normal di tengah pandemi Covid-19.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi perbankan syariah, peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan masukan yang bermanfaat untuk pengusaha dan juga dapat dijadikan bahan untuk evaluasi pengaruh *service infrastructure* dan *acquisition utility* terhadap perilaku belanja *online* pada Mahasiswa Ekonomi

Syariah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam perspektif Islam era new normal di tengah pandemi Covid-19.

- b. Bagi Mahasiswa, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan informasi mengenai belanja *online* dalam perspektif Islam.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi yang dibuat untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada proposal ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, dalam Bab I ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, dalam Bab II ini membahas tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan landasan teori.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam Bab III ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi lokasi penelitian, waktu penelitian, analisa kebutuhan dan alur penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam Bab IV ini membahas tentang hasil dan pembahasan seperti deskripsi objek penelitian, hasil penyebaran kuisioner, data demografi, uji validitas, uji reabilitas dan hasil pengujian hipotesis.

BAB V PENUTUP, dalam Bab V ini penulis mengemukakan kesimpulannya dalam melakukan penelitian yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran penelitian.