

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan majunya perkembangan zaman di era sekarang ini. Banyak sekali perubahan-perubahan yang dapat kita lihat disegala bidang kehidupan manusia. Salah satu yang signifikan 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.

Maraknya penggunaan internet tidak hanya sekedar digunakan masyarakat Indonesia untuk mencari informasi dan komunikasi, melainkan dimanfaatkan juga untuk kegiatan ekonomi. Transaksi jual beli yang awalnya dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli, kini mulai berubah. Proses jual beli barang dan

jasa dapat dilakukan dalam genggam jari berbasis jaringan elektronik. Hal ini yang disebut dengan *E-Commerce*. Kehadiran *E-Commerce* sangat memudahkan masyarakat jika ingin membeli suatu produk.<sup>1</sup>

Saat ini, *e-commerce* menjadi sebuah trend dalam berbelanja. Hal ini disebabkan berbelanja *online* membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko yang memerlukan waktu yang lama serta mereka harus keluar dari rumah untuk mendapatkan barang yang diinginkan.<sup>2</sup>

Belanja *online* menjadi alternatif bagi konsumen karena lebih nyaman daripada belanja *offline* yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir. Dengan kemudahan dan kenyamanan, konsumen akan memilih bertransaksi di *e-commerce* untuk memenuhi berbagai barang kebutuhannya, misalnya baju, sepatu, gadget, buku,

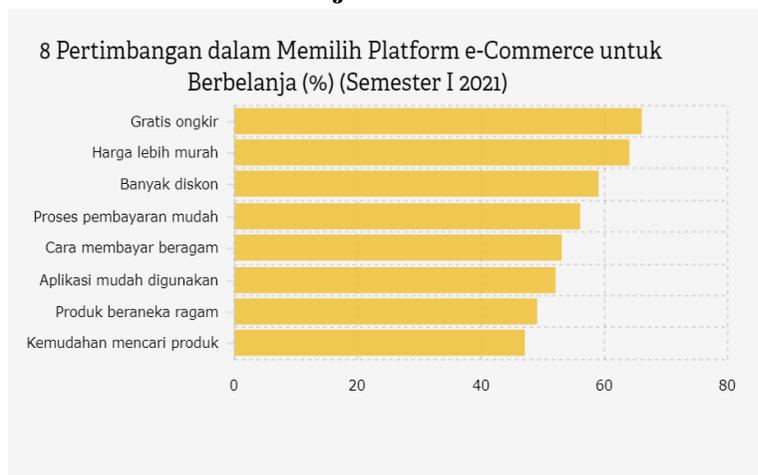
---

<sup>1</sup> Adam luthfi dkk, Statistik *E-Commerce 2020*, (Badan Pusat Statistik, 2020), Hlm. 1

<sup>2</sup> Yuswohady, *Consumer 3000 Revolusi Konsumen kelas Menengah Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2012), Hlm. 292-294

personal care, tas, DVD, dan lain-lain.<sup>3</sup> Berikut ini disajikan tabel pertimbangan dalam memilih platform *e-commerce* untuk berbelanja.

**Tabel Grafik 1.1**  
**Pertimbangan dalam Memilih Platform *e-commerce***  
**untuk berbelanja Semester 1 Tahun 2021**



Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa ada 8 pertimbangan masyarakat dalam memilih platform *e-commerce* untuk berbelanja. Pertimbangan dalam memilih berbelanja online adanya gratis ongkir, harga lebih murah, banyak diskon, proses pembayaran mudah, cara membayar beragam, apikasi mudah digunakan, produk beraneka ragam, kemudahan mencari produk. Hasilnya, promo

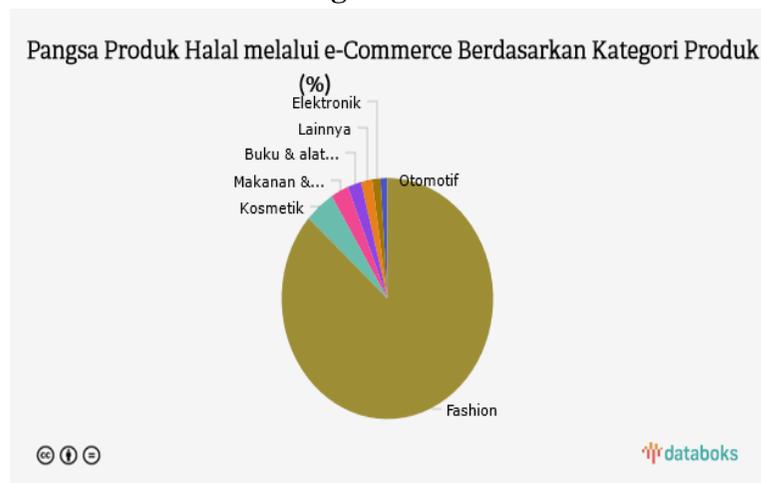
---

<sup>3</sup> *Ibid.*

gratis ongkir menjadi faktor utama konsumen dalam memilih platform *E-Commerce* untuk berbelanja.<sup>4</sup>

Pangsa Produk-produk halal yang tersedia di *E-Commerce* sangat beragam. Berikut ini disajikan pangsa produk halal melalui *E-Commerce* berdasarkan kategori produk.

**Tabel Grafik 1.2**  
**Pangsa Produk Halal melalui *e-commerce* Berdasarkan Kategori Produk**



Berdasarkan diagram diatas, dapat dilihat bahwa ada beberapa pangsa produk halal melalui *E-Commerce* berdasarkan kategor produk, seperti fashion, kosmetik,

<sup>4</sup> <https://databoks.katada.co.id>, Diakses pada tanggal 7 september 2021 pukul 12.52 WIB

makanan dan minuman, buku dan alat tulis, elektronik, dan lainnya. Berdasarkan Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah (LEKSI) 2020, fashion menjadi produk halal paling laku di *E-Commerce* sepanjang tahun 2020 dengan proporsi transaksinya sebesar 86,63% dibanding produk halal lain yang ada di *E-Commerce*.<sup>5</sup>

Aplikasi Shopee dan Lazada berbentuk aplikasi *Mobile* yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan kegiatan belanja *online* tanpa harus membuka website melalui komputer. Data pengguna aplikasi shopee di Indonesia yang aktif pada tahun 2021 mencapai 127.4 juta. Meski kapasitas aplikasi lumayan besar, yaitu 98.57 mb, total unduh aplikasi sebanyak 100 juta lebih, terhitung dari sejak rilis aplikasi shopee di playstore pada 4 juni 2015.

Update terakhir aplikasi yaitu pada 28 juni 2021 dengan versi terbaru 2.72.16. hal ini pun terbukti dari rating yang diberikan pengguna rata-rata mencapai 4,56.

---

<sup>5</sup> <https://databoks.katada.co.id>, Diakses pada tanggal 7 september 2021 pukul 13.20 WIB

Aplikasi lazada rilis pada 8 juni 2013, dan telah ada total download sebanyak 100 juta lebih. Berdasarkan hasil riset, dengan file ukuran 71 mb dan versi terbaru 6.76.0, lazada memiliki pengguna aktif sebesar 30.5 juta di tahun 2021. Rating lazada mencapai 4,4, dengan latest update versi aplikasinya yaitu pada 26 juni 2021.<sup>6</sup>

Shopee dan Lazada dua aplikasi *E-Commerce* (jual beli *online*) berbasis aplikasi mobile yang sedang berkembang di Indonesia. Shopee dan Lazada memberikan tawaran jual beli *online* yang menyenangkan, gratis, dan terpercaya via ponsel. Shopee dan Lazada menawarkan berbagai produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari.

Setiap manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, ataupun kebutuhan tersier. Islam telah mengajarkan kepada umatnya agar dalam memenuhi kebutuhan hidupnya harus lebih mengutamakan

---

<sup>6</sup> <https://ginee.com> , Diakses pada tanggal 7 september 2021 pukul 13.33 WIB

kebutuhannya terlebih dahulu bukan sekedar keinginan saja.

Konsumsi dalam ekonomi islam upaya memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (Amir, 2017).

Membelanjakan harta untuk kebutuhan, dianjurkan dengan tidak berlebihan. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Furqan ayat 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧

Artinya:

*Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.<sup>7</sup>*

Sebagai seorang muslim sudah selayaknya kita mengkonsumsi barang-barang yang halal, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al Baqarah:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

١٦٨

---

<sup>7</sup> QS. Al-Furqan (25) :67

*Artinya:*

*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*<sup>8</sup>

Terdapat juga dalam sebuah hadits Rasulullah SAW, memberikan peringatan kepada umatnya, sebagaimana yang artinya; “makanlah, minumlah, dan berpakaian tanpa berlebih-lebihan dan kesombongan”.<sup>9</sup>

Menurut Al-Sadi seorang ahli tafsir berkata; “sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. Artinya, Allah SWT sangat tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan dalam ketetapan Allah SWT. suatu ketentuan berupa haram dan halal, Allah juga tidak menyukai orang yang melampaui perkara yang telah dihalalkan dan diharamkan-Nya, itulah suatu keadilan yang diperintahkan Allah SWT.<sup>10</sup>

Timbulnya perilaku konsumtif berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seorang

---

<sup>8</sup> QS. Al-Baqarah (2) : 168

<sup>9</sup> Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Tafsir Ibnu Katsir*, hlm. 304

<sup>10</sup> *Ibid.*, hlm. 357

konsumen untuk membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Selain kualitas produk, harga memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan untuk membeli. Harga di toko *online* terkadang juga lebih murah dari pada toko *offline*. Selain itu kemudahan transaksi menjadi salah satu pertimbangan keputusan pembelian.

Pada Penelitian yang dilakukan oleh Renita Dahliawati (2019) “*Pengaruh Impluse Buying pada Mahasiswa Jurusan ekonomi Syariah Dalam Belanja Online Ditinjau Dari Perspektif Islam*”, hasilnya menunjukkan bahwa adanya kecenderungan pembelian yang tidak didasarkan pada pertimbangan kebutuhan, tetapi lebih pada faktor keinginan, hal ini juga tidak sesuai dengan perspektif islam.

Dalam penelitian Eni Nur Aeni (2019) “*Pengaruh Online Shop Terhadap Perlaku Konsumtif Mahasiswa*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo*”, hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh *online shop* pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Pada penelitian In Ratih Ningcahya (2020) “*Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampe Surabaya*”, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh keputusan pembelian melalui shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti sebagai langkah awal penelitian dengan beberapa masyarakat kompleks azhar kelurahan kenten mulai dari mahasiswa, ibu rumah tangga, karyawan swasta, dan guru, fakta yang peneliti dapatkan menunjukkan konsumen berbelanja *online* lebih di dorong

oleh faktor keinginan semata tanpa memperhatikan kembali apa kegunaan barang yang dibeli. Ditambah lagi dengan iklan dari shopee dan lazada sangat menarik, produk yang ditawarkan banyak dan bervariasi, menghemat waktu bagi pekerja, adanya tawaran-tawaran gratis ongkir, serta adanya potongan harga yang menjadikan konsumen lebih terdorong untuk membeli barang. Hal tersebut dapat dilihat dari barang-barang yang mereka beli diantaranya pakaian, celana, sepatu, aksesoris, hijab dan yang lainnya. Ketika ada iklan sepatu, pakaian, aksesoris dan yang lainnya dengan potongan harga yang besar, mereka tergiur untuk melakukan pembelian sekalipun barang-barang tersebut tidak termasuk ke dalam daftar kebutuhan yang harus dipenuhi. Hal tersebut terjadi berkelanjutan dan konsumen melakukan pembelian barang-barang tersebut berkali-kali dalam kurun waktu yang relatif singkat, padahal barang-barang tersebut bukan terkategori sebagai kebutuhan

primer dan tidak harus dibeli saat barang yang lama masih dapat digunakan.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan penulis mengenai keputusan pembelian melalui aplikasi shopee dan lazada terhadap perilaku konsumtif masyarakat kompleks azhar, dengan adanya kemudahan-kemudahan dan berbagai promo menarik dalam berbelanja *online* melalui aplikasi Shopee dan Lazada, terjadi pergeseran dalam aktivitas berbelanja dari memenuhi kebutuhan menjadi keinginan.

Dengan adanya fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee dan Lazada Terhadap Perilaku Konsmtif Masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah hubungan keputusan pembelian melalui aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa?
2. Apakah hubungan keputusan pembelian melalui aplikasi Lazada terhadap perilaku konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa?
3. Apakah keputusan pembelian melalui aplikasi Shopee dan Lazada mempunyai hubungan secara simultan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui bagaimana hubungan variabel keputusan pembelian melalui aplikasi Shopee terhadap perilaku konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa.

2. Mengetahui bagaimana hubungan variabel keputusan pembelian melalui aplikasi lazada terhadap perilaku konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa.
3. Mengetahui bagaimana hubungan secara simultan variabel keputusan pembelian melalui aplikasi shopee dan lazada terhadap perilaku konsumtif masyarakat Komplek Azhar Kelurahan Kenten Kecamatan Talang Kelapa

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan khususnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi kepastakaan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Khususnya, serta sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang ingin melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan suatu gambaran keseluruhan dalam penyusunan penelitian. Agar penelitian skripsi tersusun dengan sistematis dan mempermudah pembahasan maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari beberapa bagian antara lain ialah latar belakang, rumusan

masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II            LANDASAN TEORI**

Pada bab ini dijelaskan tentang landasan teori yang ada kaitannya dengan penelitian yang dipergunakan untuk memberikan pertanggung jawaban mengenai dasar teoritik yang dijadikan pusat penelitian yang dilakukan.

## **BAB III           METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang desain penelitian, lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian , dan teknik analisis data.

## **BAB IV            HASIL PENELITIAN**

Bab berisi tentang hasil dari penelitian dan pembahasan mengenai keputusan pembelian melalui aplikasi shopee dan lazada terhadap perilaku konsumtif masyarakat komplek azhar kelurahan kenten kecamatan talang kelapa.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian akhir dari penelitian yaitu kesimpulan dari hasil yang dilakukan dan saran-saran yang mungkin berguna bagi peneliti di masa yang akan datang.