

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan *e-Commerce* di Indonesia tumbuh dengan sangat pesat, dibuktikan dengan jumlah usaha yang melayani konsumen tidak hanya secara offline. Banyak usaha yang bisa kita dapatkan dan bertransaksi didalamnya hanya dengan menggunakan akses internet, tanpa harus bertemu dengan penjualnya secara langsung. Bahkan beberapa usaha tidak memiliki kantor atau toko yang berwujud di suatu tempat, usaha tersebut hanya mengandalkan kemajuan teknologi yang serba online sehingga transaksi *e-Commerce* di Indonesia menempati peringkat pertama dikawasan Asia Tenggara. Menurut riset terbaru oleh Google sampai tahun 2018 transaksi ekonomi digital di Indonesia mencapai 391 triliun rupiah yang berkontribusi sebanyak 49 persen dikawasan Asia Tenggara. Terhitung sejak 10 tahun kebelakang perkembangan industri *e-Commerce* meningkat hingga 17 persen dengan total jumlah usaha mencapai 26,2 juta unit *e-Commerce*.¹

Begitu juga dengan pertumbuhan ekonomi Islam yang semakin dilirik oleh dunia internasional dengan konsep keadilan yang ditawarkannya, dengan tujuan falah menjadi sorotan khusus bagi ilmuwan dan pelaku ekonomi muslim untuk menyeimbangkan kemajuan dan kepercayaan yang dianut. Pertumbuhan diatas didorong oleh pola konsumsi masyarakat di Indonesia.

¹ https://www.thinkwithgoogle.com/_gs/documents/6730/Report_e-Conomy_SEA_2018_by_Google_Temasek_v.pdf, *Southeast Asia's Internet Economy Hits An Inflection Point 2018*, hlm. 17. Diakses dari pada tanggal 29 November 2022 pukul 14:19 WIB.

yang cenderung lebih memilih kemudahan dalam transaksi. Pembeli tidak harus bertatap muka dengan penjual, hanya dengan diam dirumah semua kebutuhan bisa diakses dengan mudah, disamping itu berbagai marketplace menarik minat konsumennya dengan perbandingan harga, kualitas produk, fitur hingga program-program promo yang banyak menggeser keputusan konsumen untuk lebih memilih bertransaksi di *e-Commerce*. Terlebih lagi dengan perubahan gaya hidup millennial yang semakin up to date dan terus ingin mencoba hal-hal baru menjadi trend diindonesia bahkan di luar negeri.

Kegiatan ekonomi yang mulai dilakukan dengan berbasis aplikasi dan website ini menguasai hampir seluruh sektor di dunia, mulai dari perdagangan, perbankan, kesehatan, pariwisata, industri, pendidikan dan pelatihan, transportasi hingga pertanian. Dari banyaknya sektor ini, sektor perdagangan menjadi sektor terdepan yang saat ini menguasai hampir seluruh pasar di Indonesia dengan berbasis teknologi digital yang kita kenal dengan sebutan *e-commerce*.² Sejauh ini belum banyak *e-commerce* yang melabelkan perusahaannya sebagai perusahaan yang syariah, apalagi beberapa *e-commerce* yang besar. Menjadi pertanyaan apakah dalam proses transaksi antara penjual dan pembeli pada *e-commerce* tersebut tidak melanggar dari norma-norma dalam islam.

Shopee merupakan pelaku baru di dunia *e-commerce* yang diperkenalkan di Singapura bulan Desember 2015. Shopee Indonesia telah

² Aurelia Salsabila Putri dan Roni Zakaria, (2020). *Analisis Pemetaan e-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital*. Diakses dari <https://idec.ft.uns.ac.id/> pada tanggal 29 November 2022 pukul 14:30 WIB.

mencatat pertumbuhan jumlah transaksi konsumen pada shopee terjadi secara signifikan sepanjang kuartal II pada tahun 2020 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun lalu. Beliau juga mengatakan sepanjang kuartal II/2020 jumlah transaksi di Shopee mencapai 260 juta transaksi dengan rata-rata harian 2,8 juta transaksi dan jumlah ini naik hingga 130% dibandingkan dengan kuartal II/2019. Selanjutnya bisnis *e-commerce* di bawah naungan Sea Ltd juga telah membukukan pendapatan pada *e-commerce* shopee terjadi peningkatan selama kurun waktu kuartal II/2020 dan di dalam laporan keuangan perusahaan mencatat jumlah pendapatan shopee sebesar US\$ 510,6 juta atau naik sebesar 187,7% dibandingkan tahun lalu. Peningkatan tersebut tidak terjadi pada perusahaan ecommerce shopee di Indonesia saja, tetapi peningkatan tersebut juga terjadi secara global sebesar 150,1% dengan jumlah transaksi sebanyak 615,9 juta. Perhitungan ini lebih tinggi dibandingkan dengan kuartal I yang naik sebesar 111,2%.³

Tabel 1. 1.data pertumbuhan jumlah transaksi konsumen shopee

Periode	Jumlah Transaksi	Rata-Rata Harian	Pendapatan Shopee di Indonesia	Jumlah Transaksi (Global)
Kuartal II/2020	260 Juta	2,8 Juta	US\$ 510,6 juta	615,9 juta

Dari data-data dan fakta lapangan diatas, idealnya sebagai mahasiswa

³ Iim Fathimah Timorria, “*Transaksi Shopee Naik 130 Persen, Raja E-commerce Indonesia*”, Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com> pada tanggal 29 November 2022 pukul 14:37 WIB.

yang beragama islam harus memperhatikan apakah sistem yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan *e-Commerce* khususnya shopee sesuai atau tidak menyimpang dari prinsip-prinsip pada ekonomi islam. Kemajuan ekonomi islam terkhusus di indonesia sangat dipengaruhi oleh kualitas dan kesadaran oleh mahasiswanya yang merupakan ujung tombak dari kemajuan tersebut. Pemerintah bisa saja membuat aturan sedemikian rupa untuk mewadahi permasalahan ini, akan tetapi aturan atau kebijakan tersebut harus disinergikan dengan pengawasan yang berkelanjutan dari masyarakatnya. Ditambah dengan fakta-fakta lapangan ini sedikit yang menyebutkan bahwa usahanya tidak melanggar prinsip syariah, mereka hanya mengedepankan kemudahan akses dan kemajuan profit usaha sehingga penerapan syariah didalamnya dikesampingkan.⁴

Sektor ekonomi digital ini juga harus mendapat perhatian lebih dalam membumikan ekonomi islam di indonesia, tidak hanya pemerintah sebagai regulator, pelaku usaha sebagai eksekutor-pun harus bekerja bersama sama untuk mencapai visi tersebut, agar indonesia tidak hanya unggul sebagai konsumen dalam sektor ini melainkan menjadi teladan bagi negara-negara lain dalam penerapan prinsip ekonomi syariah. Sejauh ini respon khusus terhadap *e-Commerce* ini keluar dari pemangku kebijakan seperti DSN-MUI, dalam fatwa 3 DSN-MUI No.110/DSN-MUI/IX/2017 yang membahas tentang akad jual beli, akan tetapi belum secara mendalam pada transaksi

⁴ Ragil Nobiansyah, "Implementasi Bisnis *E-Commerce* Dalam Perspektif Syariah Pada Pt. Galaksi Dunia Halal" (Skripsi). Diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/> pada tanggal 29 November 2022 pukul 14:45 WIB.

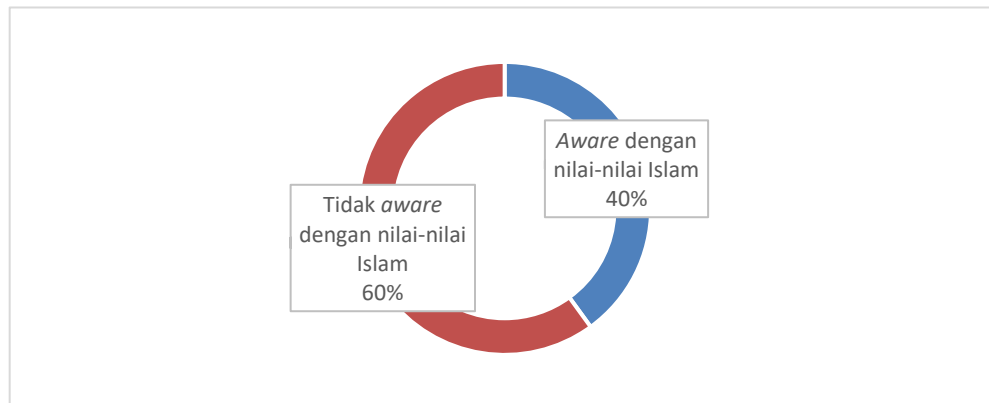
digital yang sudah merebak diindonesia. Melihat pola konsumen yang bertransaksi pada *E-commerce* ini sudah tak terbendung, menurut penulis perlu adanya literasi bagi konsumen tentang pentingnya penerapan prinsip syariah dalam mengonsumsi atau membeli produk. Prinsip syariah dalam kegiatan konsumsi ada lima yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.⁵

Melihat mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang mayoritas beragama islam seharusnya mahasiswa lebih *aware* dan memperhatikan nilai-nilai islam dalam mengonsumsi suatu produk. Namun berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan kepada 20 orang mahasiswa Universitas Siliwangi, ternyata kenyataan menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Siliwangi lebih banyak yang tidak terlalu *aware* dengan nilai-nilai Islam saat membeli produk melalui *e-Commerce* shopee. Pengamatan awal ini dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara kepada mahasiswa Universitas Siliwangi. Dari hasil pengamatan tersebut dapat disimpulkan dalam grafik berikut ini:

6

⁵ Melis, (2015). *Prinsip dan Batasan Konsumsi Islami*. Diakses dari <https://ejournal.stebisigm.ac.id/> pada tanggal 29 November 2022 pukul 14:55 WIB.

⁶ Hasil wawancara kepada 20 mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi pada tanggal 21 November 2022.



Gambar 1.1 Grafik Hasil Observasi Penggunaan Layanan Aplikasi Shopee

Dengan jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang berjumlah 424 mahasiswa pada tahun 2022 dan mayoritas dalam keseharian tidak lepas dari internet dan bertransaksi secara online, menjadi dasar yang kuat bagi penulis dalam menjadikan Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi sebagai sampel dalam penelitian ini. Dilengkapi beberapa data, fakta dan masalah diatas yang membuat penulis tertarik untuk mengkaji dan membahas lebih dalam lagi dalam sebuah penelitian yang berjudul **Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Berdasarkan Prinsip Syariah Pada Aplikasi Shopee. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka selanjutnya rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengambilan keputusan pembelian produk makanan berdasarkan prinsip syariah pada aplikasi shopee?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui pengambilan keputusan pembelian produk makanan berdasarkan prinsip syariah pada aplikasi shopee.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan referensi atau perbandingan penelitian pada pembahasan yang berhubungan dengan paradigma perkembangan *ecommerce* di Indonesia.

2. Kegunaan praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian yang menarik dan dapat menambah wawasan serta cakrawala keilmuan khususnya bagi penulis, dan umumnya bagi pembaca.

3. Kegunaan umum

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, yaitu pengetahuan mengenai Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Berdasarkan Prinsip Syariah Pada Aplikasi Shopee dan dapat menjadi rujukan bagi *entrepreneur* maupun konsumen dalam proses penerapan prinsip syariah dalam *e-commerce* di Indonesia.