

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang sangat pesat dan semakin modern mendorong berbagai macam perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Dahulu jika kita ingin membeli produk tersebut, antara pembeli dan penjual haruslah bertatap muka hingga terjadinya suatu kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli atau yang disebut transaksi.¹

Jangkauan antara penjual dan pembeli pun sangat terbatas, namun sekarang seiring kemajuan zaman dan teknologi, khususnya internet, semua keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat teratasi dengan mudah. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan bisnis, penjualan dan pembelian produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan dan membeli berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. *Electronic commerce (e-commerce)* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau

¹Rifqi Nugraha Adi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem *Pre Order* Secara *Online*” (Skripsi diterbitkan Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang, 2013). hlm.1.

pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk *internet*.²

Di negara Indonesia sendiri menjelaskan adanya survey Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa sampai akhir tahun 2013 jumlah pengguna *internet* mencapai 71,19 juta jiwa dari situs bisnis UKM, angka tersebut mengalami kenaikan sekitar 13% dari tahun sebelumnya, yang mana pada tahun 2012 jumlah pengguna *internet* di Indonesia baru sekitar 63 juta jiwa. Dilihat dari kenaikan angka pengguna *internet* tersebut, diprediksikan jumlahnya akan terus bertambah hingga mencapai 30% dari jumlah penduduk di Indonesia atau sekitar 82 juta jiwa pengguna layanan *internet*, hampir sekitar 95,75% dari mereka menggunakan *internet* untuk menerima dan mengirimkan surat elektronik.³ Sebagaimana firman Allah swt. QS. Al-Mulk/ 67:15 yang berbunyi :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepadaNya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan".⁴

²*Ibid*, hlm.1.

³<http://harianti.com/survei-bps-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2013-tembus-71-juta-orang/>.

⁴Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Semarang: Asy-Syifa, 2010), hlm. 175.

Ayat Alquran di atas dapat dipahami bahwa Allah memberikan kemudahan bagi manusia untuk mencari rezeki dalam rangka pemenuhan segala keperluan hidup dan segala perbuatan akan dipertanggungjawabkan nantinya. Salah satunya dengan meningkatnya jumlah pengguna *internet* telah menarik berbagai macam bisnis untuk mempromosikan produknya di *internet* dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan. Jutaan orang di seluruh dunia mencari dan membeli barang yang mereka inginkan dengan menggunakan *internet*. *Internet* mampu mempengaruhi hampir di semua sektor bisnis. Dari mulai perusahaan-perusahaan skala besar hingga *online shop* kecil pun memanfaatkan *internet* untuk *branding* produk, pemasaran, penjualan produk atau fungsi bisnis lainnya.⁵

Selain di bidang bisnis meningkatnya pengguna *internet* juga memberikan dampak bagi perilaku masyarakat dalam melakukan penelitian, baik pembelian barang maupun jasa hal ini dikarenakan banyak perusahaan yang mempromosikan produknya di *internet*, serta bermunculannya *online shop* berskala besar maupun kecil. Seiring dengan perkembangan dunia internet yang sangat pesat maka banyak bermunculan situs-situs *online shop*, blog-blog *online* ataupun situs komunitas yang tidak hanya sebagai situs pertemanan tetapi juga menawarkan forum jual beli yang menyediakan segala pernak-pernik kebutuhan manusia.⁶

⁵Rifqi Nugraha Adi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online".*Op.cit.* hlm.2.

⁶*Ibid.*

Penelitian yang dilakukan oleh Liao dan Cheung tentang penggunaan *internet* di negara Singapura menunjukkan bahwa semakin banyak seseorang menggunakan *internet*, maka semakin besar pula kemungkinan orang tersebut melakukan pembelian melalui *internet*. Fenomena yang demikian diharapkan menjadi daya tarik bagi seseorang, khususnya yang berada Indonesia, untuk mulai mengembangkan inovasi bisnis melalui *e-commerce*.⁷

Penggunaan *internet* semakin populer di kacamata para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia *internet*, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Penggunaan *internet* sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa. *Internet* digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan. *Internet* juga dapat digunakan sebagai intansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administrasi, pengurusan mata kuliah, pengurusan nilai juga hal-hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan.⁸

Kondisi lingkungan tersebut dapat mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada dilingkungan

⁷*Ibid*, hlm.3.

⁸Haning Dwi Pratiwi, *Online Shop* Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa UNNES (Skripsi diterbitkan Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosioal, Universitas Negeri Semarang, 2013). hlm.2.

sekitar akibat adanya *internet*. Di karenakan beragam fasilitas yang disajikan oleh *internet* memberikan warna baru dalam segi berbelanja. Maka dalam hal ini di kalangan mahasiswa(i) yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi terbaru, juga persoalan tentang berbagai kebutuhan hidup yang mendasar sebagai manusia di era modern tentunya dalam penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam menggunakan *electronic commerce*. Hal itu juga akan memberikan keuntungan bagi mahasiswa(i) karena sebagian mahasiswa(i) yang melakukan jual beli secara *Online* dapat memudahkan mereka dalam bertransaksi yang melibatkan pihak bank sebagai tempat bertransaksi.⁹

Ilustrasi mengenai begitu pentingnya dunia perbankan bagi pemerintah dan masyarakat, ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu Negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.¹⁰ Sederhananya bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya.

⁹Ibid, hlm.2.

¹⁰Kasmir, dasar-dasar perbankan (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002)

Diketahui bank di Indonesia terbagi menjadi dua, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode yaitu menetapkan bunga sebagai harga dan untuk jasa-jasa bank lainnya dan dari pihak perbankan menetapkan berbagai biaya-biaya nominal dan persentase tertentu.¹¹ Seperti yang diketahui, persentase bunga yang diperoleh oleh bank konvensional adalah riba. Lebih lanjut dijelaskan bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpannya, pembiayaan atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syari'ah.¹² Dalam Alquran terdapat ayat mengenai riba, sebagaimana Allah swt berfirman dalam QS.Al-Baqarah/2:275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali

¹¹*Ibid*, hlm.40-41.

¹²Setyawan Ivan, Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah, <http://sharing ilmu.blogspot.co.id/2013/u/html>.Diakses tanggal (22 Desember 2015).

(mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal di dalamnya”.¹³

Terkait dengan hal di atas, bank hanya sebagai perantara dalam transaksi jual beli secara *online*, berfungsi sebagai penyalur dana atas pembayaran suatu produk maupun jasa dari pembeli kepada penjual, karena mungkin saja pembeli atau konsumen yang bertujuan membeli barang atau jasa secara *online* tetapi dalam hal transaksi pembeli atau konsumen yang bermaksud untuk menggunakan fasilitas bank dalam melakukan pembayaran atas produk atau jasa yang telah dibelinya dari penjual, misalnya dengan proses pentransferan dari rekening pembeli kepada rekening penjual (*account to account*). Seiring dengan hal tersebut maka mahasiswa(i) menggunakan jasa layanan perbankan untuk mempermudah transaksi jual beli secara *online*. Maka demikian peneliti melakukan observasi awal yang peneliti lakukan adalah dengan mewawancarai salah satu mahasiswi yang bernama Rusmida Hanum Lubis yang ingin melakukan transaksi menggunakan jasa bank konvensional dikarenakan para konsumen yang terkadang ingin menggunakan jasa bank konvensional.¹⁴ Oleh sebab itu, untuk memperkecil biaya tambahan administrasi maka transaksi yang dilakukan harus sesama jasa bank konvensional. Akan tetapi, jika melakukan transaksi dari jasa bank syariah terhadap jasa bank konvensional maka akan dikenakan biaya administrasi yang lebih besar dari pada sesama jasa bank konvensional.

¹³Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Semarang: Asy-Syifa, 2010), hlm. 36.

¹⁴Rusmida Hanum Lubis, Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, (16 Desember 2015).

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai **Penggunaan Jasa Bank Syariah dan Jasa Bank Konvensional Dalam Bisnis *Online Shop* Pada Beberapa Minat Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah diatas, maka disini terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

D. Signifikansi Penelitian

Peneliti mengharapkan baik sekarang maupun di masa yang akan datang hasil penelitian ini dapat berguna secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini berusaha untuk mengembangkan pengetahuan mengenai penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam agar dapat memberikan wawasan kepada semua pihak yang memerlukannya.

2. Secara Praktisi

- a. Bagi Penulis: untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan dan memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.
- b. Bagi Mahasiswa: sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan peneliti angkat. Serta sebagai bahan intropeksi bagi kita semua dan

meningkatkan keadaan akan pentingnya melakukan kegiatan konsumsi secara bijak dan mengelola manajemen keuangan dengan sebaik-baiknya.

- c. Bagi Kampus: dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang keliru dalam memahami pengertian yang dimaksud dalam penelitian, maka perlu adanya batasan-batasan istilah sebagai berikut:

1. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; keinginan.¹⁵ Maksudnya di sini adalah kecenderungan hati atau suatu keinginan yang tinggi yang ada pada diri mahasiswa yang berbisnis *online shop* pada penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional.
2. *Online* adalah sistem komputer yang memberikan akses *internet* langsung kepada pengguna, dan juga ke informasi yang disimpan di sana melalui sarana *output* atau *input* seperti terminal.¹⁶ *Online* disini

¹⁵Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1994).ed. 2. hlm. 744.

¹⁶Besty-Ann Toffler Jane Imber, *Dictionary Of Marketing Terms*, diterjemahkan oleh Soesanto B dengan judul, *Kamus Istilah Pemasaran*, (Jakarta: Elex Madia Komputindo, 2002), hlm. 752.

dijadikan sebagai media untuk masuk ke salah satu situs media *online* sesuai situs yang diteliti dengan menggunakan komputer maupun teknologi elektronika yang lain seperti seluler (*handphone*) terutama ponsel cerdas (*smartphone*). Sedangkan *Shopping* berasal dari bahasa Inggris yang berarti berbelanja. Istilah tempat berbelanja melalui *internet* disebut juga sebagai *Online Shop*.

Online shop / E-Shop (toko *online*) memiliki definisi sebuah tempat untuk menggelar, memamerkan, menampilkan barang dagangan yang terhubung dengan jaringan *internet*. Maksud dari *online shop* di sini mahasiswa yang memiliki keahlian dalam bidangnya berupa jasa dan memasarkan melalui *internet* untuk mendapatkan pelanggan dengan mudah maka mahasiswa di sini menawarkan jasa tersebut dengan terhubung jaringan *internet*.

3. Jasa bank syariah dan jasa bank konvensional yang di maksudkan di sini berupa jasa transferan yang melalui mesin ATM (*Automatic Teller Machine*), *SMS Banking*, *M-Banking*, yang merupakan alat pembayaran. Dapat di artikan bahwa mahasiswa ini ingin menggunakan jasa perbankan untuk melakukan pembayaran atas transaksi jual beli secara *online*.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap beberapa penelitian terdahulu, penulis menemukan tulisan yang berhubungan dengan penulis teliti, yaitu :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Said Rahman Noor (0601157377) Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas IAIN Antasari Banjarmasin pada tahun 2014 dengan judul ”*Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet Pada Toko Buku Online Buku Murah .net Banjarmasin.*” Dalam Skripsi ini memberikan kesimpulan bahwa transaksi jual beli melalui media *internet* yang dilakukan oleh *bukumurah. net* adalah termasuk sistem *as-salam* menggunakan akad tulisan. Dimana sistem *as-salam* secara *online* diperbolehkan, karena telah memenuhi rukun dan syarat jual beli salam yang telah ditetapkan syara serta memenuhi aturan-aturan yang berlaku dalam suatu transaksi. Ini diperkuat oleh pendapat para pembeli *bukumurah.net* mengenai penjualan produk-produk, 98% mengatakan bahwa pelayanan secara *online* tidak mengecewakan. Karena barang yang di gambar sesuai dengan kenyataan, masalah teknis seperti tidak tepat waktu pengiriman masih bisa diperbaiki maka ini masih sesuai dengan rukun dan syarat salam.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Nugroho Adi (c2a009198) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang 2013 dengan judul “*Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order secara Online.*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga,

kemenarikan *posting messages*, kepercayaan, reputasi dan minat beli terhadap keputusan pembelian dengan sistem pre- order secara *online* di toko *online* Chopper Jersey. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada *online shop* Chopper Jersey yang menunjukkan bahwa harga berdampak positif terhadap minat beli. *Kemenarikan posting message* berdampak positif pada minat beli. Kepercayaan berdampak positif pada minat beli. Reputasi berdampak positif terhadap minat beli dan minat beli berdampak positif terhadap keputusan pembelian *online*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Haning Dwi Pratiwi (3401409050) Mahasiswa Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang 2013 dengan judul “*Online Shop sebagai Cara Belanja Mahasiswa Unnes.*” Penelitian ini merupakan bentuk perubahan yang disajikan oleh *internet* dari segi inovasi dalam berbelanja. Oleh karena itu, sebagian kalangan mahasiswa Unnes di sini memilih *online shop* sebagai tempat berbelanja karena memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya. Perubahan tersebut bukan hanya dari segi pola belanja namun ada pula perubahan yang sangat terlihat yaitu perubahan pada penggunaan *online shop* untuk sebagian mahasiswa yang cenderung selalu menggunakan *online shop* sebagai cara belanja untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian-penelitian terdahulu, maka terdapat pokok permasalahan yang berbeda antara penelitian yang penulis kemukakan dengan penelitian sebelumnya walaupun yang dibahas sama-sama tentang bagaimana minat terhadap penjualan *online shop*.

Perbedaannya terletak pada masalah yang akan diteliti serta lokasi penelitiannya. Peneliti yang penulis lakukan ini memfokuskan pada minat mahasiswa yang berbisnis *online Shop* pada penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan berfungsi sebagai pembuka bagi seluruh tulisan yang berisikan latar belakang masalah, menguraikan permasalahan penelitian yang melatarbelakangi penelitian, kemudian rumusan masalah yang berguna agar lebih terarahnya penelitian, untuk urgensi ini ditetapkan pula tujuan penelitian, kemudian hasil penelitian ini diharapkan sebagaimana yang di tulis dalam signifikan penelitian. untuk menghindari kesalahpahaman maka penulis membuat definisi operasional, agar jelas perbedaan substansi dan tidak terjadi pengulangan dari penelitian yang telah ada maka dibuatlah kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori mengenai penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Bab III metode penelitian yang berfungsi sebagai penelitian yang memuat jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber

data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab IV menggambarkan penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. serta laporan hasil penelitian, yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, serta analisa data dan pembahasan mengenai penggunaan jasa bank syariah dan jasa bank konvensional dalam bisnis *online shop* pada beberapa minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Bab V merupakan bab penutup, yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan/intisari dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan di muat dalam simpulan dan di lengkapi dengan saran-saran sebagai pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan, dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan hasil yang akan dicapai.