

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk Allah yang bersifat sosial, saling tergantung satu sama lain dan saling membantu. Manusia mempunyai hubungan vertikal kepada Allah (*habluminallah*), dan hubungan horizontal sesama manusia (*habluminannas*). Hubungan horizontal dalam istilah fikih disebut dengan *muamalah*. Muamalah adalah hubungan dengan manusia dalam usahanya untuk mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik.<sup>1</sup>

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan jual beli. Namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapatkan berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan akhirat. Dan tolong-menolong antara sesama. Berkenaan dengan hal ini, Allah SWT, berfirman dalam Q.S. an-Nisa/4:29, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku

---

<sup>1</sup>Rahmad Syafei’, *Fikih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 15.

dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>2</sup>

Kejujuran merupakan sifat penting dalam berbisnis, Rasulullah saw sangat menganjurkan bagi para pedagang untuk bertindak secara jujur. Rasulullah saw sangat serius memperhatikan kejujuran, sehingga dalam wasiat, rasul mengingatkan bagi para pedagang yang suka berbohong tidak akan menerima berkah dalam bisnisnya.<sup>3</sup> Rasulullah Saw bersabda:

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ: حَدَّثَنَا قَيْصَةُ: حَدَّثَنَا سُفْيَانٌ عَنْ أَبِي حَمْزَةَ، عَنِ الْحَسَنِ، عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ((التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ، مَعَ النَّبِيِّ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ)).<sup>4</sup>

“Hannad menyampaikan kepada kami dari Qabishah, dari Sufyan, dari Abu Hamzah, dari al-Hasan, dari Abu Sa’id bahwa Nabi saw bersabda, “Seorang pedagang yang jujur dan dipercaya akan bersama dengan para Nabi, orang-orang shidiq, dan para syuhada (di akhirat kelak).”<sup>5</sup>

Perdagangan dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga dihubungkan dengan nilai-nilai moral, sehingga kita tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan pembeli. Dalam ajaran Ekonomi Islam, semua jenis transaksi dalam bisnis didasari oleh prinsip-prinsip yang menjadi pijakan dan patokan. Ekonomi Islam sungguh hadir

---

<sup>2</sup>Kementian Agama RI, *Ummul Mukminin Al-Qur'an dan terjemahan untuk wanita* (Bandung: Wali, 2012), hlm. 83.

<sup>3</sup>Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis ala Nabi : Teladan rasulullah Saw dalam Berbisnis*, (Yogyakarta: Bentang Buyan, 2013), hlm. 3.

<sup>4</sup>Abu Isa Muhammad bin Is at-Tirmizi, *Jāmi‘TarmijI* (Martaapura: Darussalam, 1999), hlm. 295.

<sup>5</sup>Abu Isa Muhammad bin Isa at-Tirmidzi, *Ensiklopedia Hadits 6; Jami'at-Tirmidzi*, (Terj. Jakarta: Penerbit Almahira, 2013), hlm. 429.

tidak hanya dalam urusan perbankan, asuransi, reksadana, pasar modal, sukuk, dan sejumlah bisnis lainnya.<sup>6</sup>

Perkembangan bisnis *handphone* akhir-akhir ini telah menunjukkan suatu gejala, yaitu semakin banyak dan beragamnya produk *handphone* yang ditawarkan oleh perusahaan dan pengembangan produk yang semakin cepat. *Handphone* saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dimana kepemilikannya tidak hanya didasar pada fungsi utama sebagai alat komunikasi.

Produk *handphone* yang ideal menurut konsumen adalah harganya murah dan terdapat perlengkapan yang lebih baik, seperti kualitas baik, harga kompetitif, layanan setelah jual dan aksesories lengkap. Disisi lain kemajuan Ekonomi yang pesat telah melahirkan tuntutan-tuntutan baru konsumen, dengan kualitas barang yang baik. Oleh sebab itu setiap produsen semakin dituntut menciptakan persepsi yang baik mengenai produk *handphone* yang ditawarkan (harga dan kualitas), karena kriteria-kriteria tersebut merupakan alat yang digunakan konsumen dalam mengevaluasi dan menetapkan keputusan untuk membelinya.

Dalam bisnis yang ada khususnya di daerah Kalimantan Selatan tepatnya di Kota Banjarmasin terdapat bermacam-macam bisnis dalam ruang lingkup perniagaan. Dalam upaya menarik minat konsumen untuk membeli *handphone* di Hapeworld, penjual sebisa mungkin melakukan upaya agar konsumen datang dan membeli *handphone* seperti mengadakan aneka program promosi, undian

---

<sup>6</sup>Muhamm Abdul Manan, *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti wakaf, 1993), hlm. 289.

berhadiah, diskon khusus bagi pembeli yang menggunakan layanan debit atau kredit Bank Mandiri. konsumen *handphone* di Hapeworld ini tidak hanya yang bersetatus pelajar atau mahasiswa tetapi karyawan, wirausaha, sampai masyarakat umum yang silih berganti datang dan pergi ke tempat tersebut.

Minat konsumen ini cenderung ingin membeli *handphone* jenis *smartphone* di Hapeworld yang sekarang lagi *ngetrend* di masyarakat, karena *handphone smartphone* ini bisa mempermudah penggunaannya untuk melakukan berbagai hal seperti *chatting*, berbelanja *online*, mengakses berita dan lain sebagainya. Adapun *handphone smartphone* yang dijual di Hapeworld bermacam-macam antara lain Ipond, Samsung, BlackBerry, OPPO, Acer, Ever Cross, Advan, Mito, dan masih banyak lagi produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Bisnis *handphone* Hapeworld di Banjarmasin ini, dari tempatnya yang mudah di temukan di Jl. Ahmad Yani Km 2, dari segi pelayanannya yang ramah tidak membedakan konsumen dari kalangan manapun sama saja pelayanannya, tempatnya yang nyaman, harga terjangkau sesuai kebutuhan konsumen, disetiap hari-hari tertentu di toko *handphone* Hapeworld memberikan promo besar-besaran seperti HUT ke 5 (lima) Hapeworld kemarin yang memberikan diskon sampai 50%<sup>7</sup> untuk pembelian *handphone smartphone* atau sejenisnya, untuk hari-hari tertentu lainnya seperti promo menjelang ramadhan dan selama bulan ramadhan,<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup><http://banjarmasin.tribunnews.com/2015/04/27/penawaran-menarik-di-hut-ke-5-hape-world> di akses selasa (08 September 2015).

<sup>8</sup><http://banjarmasin.tribunnews.com/2014/06/25/soft-opening-hapeworld-beri-diskon> di akses selasa (08 September 2015).

promo akhir tahun.<sup>9</sup> Salah satu konsumen memberikan pendapat ia sangat senang membeli *handphone* di Hapeworld, yang membuat ia senang adalah pelayanannya yang ramah, karyawannya aktif menjelaskan kegunaan *handphone* dan harga membeli *handphone smartphone* mendapatkan diskon.

Hal inilah yang mendorong penulis tertarik untuk mengkaji lebih mendalam terutama yang membuat konsumen senang dalam melakukan pembelian *handphone* di Hapeworld Banjarmasin tersebut yang akan dituangkan ke dalam karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul “**Minat Konsumen Untuk Membeli Handphone di Hapeworld Banjarmasin**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut:

Apa saja yang menjadi minat konsumen untuk membeli *handphone* di Hapeworld Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui minat konsumen untuk membeli *handphone* di Hapeworld Banjarmasin.

---

<sup>9</sup><http://banjarmasin.tribunnews.com/2013/11/18/banjir-promo-jelang-akhir-tahun-di-hapeworld> di akses selasa (08 September 2015).

#### **D. Signifikasi Penelitian**

Adapun signifikasi hasil penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Secara praktis

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi tambahan kepada produsen dan karyawan di Hapeword Banjarmasin. Terutama dalam rangka evaluasi dan usaha meningkatkan minat para calon konsumen dan sebagai bahan acuan bagi masyarakat secara umum yang berminat untuk membeli *handphone* di Hapeworld yang beralamatkan di Jalan Ahmad Yani Km 2 Banjarmasin Tengah.

##### 2. Secara teoritis

- a. Menambah pemahaman dan pengetahuan penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya yang ingin mengetahui permasalahan yang penulis teliti secara lebih mendalam.
- b. Bahan informasi ilmiah bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam pada objek yang sama namun dari sudut pandang yang berbeda.
- c. Sebagai tambahan pustaka bagi perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin pada umumnya, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada khususnya.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk mengetahui kesalahpahaman, penulis merasa perlu memberikan definisi operasional.

1. Minat adalah keinginan yang kuat, gairah, kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu.<sup>10</sup> Minat yang dimaksud penulis adalah minat membeli *handphone* di Hapeworld.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>11</sup> Maksudnya adalah konsumen yang membelian *handphone* untuk digunakannya bukan untuk di perjual belikan.
3. Membeli adalah memperoleh sesuatu yang diinginkannya.<sup>12</sup> Dalam hal ini maksudnya adalah konsumen memperoleh *handphone* yang di inginkannya di Hapeworld.
4. *Handphone* berarti telepon genggam,<sup>13</sup> yaitu adalah suatu teknologi yang memudahkan komunikasi dimana saja kapan saja sehingga cukup praktis untuk dijadikan alat komunikasi. *Handphone* yang dimaksud disini adalah *handphone smartphone* yang dibeli konsumen di Hapeworld. Yang di maksud *smartphone* adalah ponsel yang menggabungkan fitur-fitur telepon seluler dengan fitur-fitur kompoter, digital, dan audio video.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup>Dapartemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm. 374

<sup>11</sup>UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia.

<sup>12</sup>W.j.s. Poerwadarminta, *kamus umum bahasa indonesia*,(Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.126.

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm. 698.

<sup>14</sup>Atok Sugiarto, *Kamus Pintar Fotografer*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 250.

5. Hapeworld adalah nama toko *handphone* yang ada di Jl. Ahmad Yani Km 2 Banjarmasin Tengah.

## **F. Kajian Pustaka**

Penelitian tentang analisis minat konsumen memang cukup banyak dan beragam, namun keanekaragaman tema justru merefleksikan suatu perbedaan, baik mengenai objek maupun fokus penelitian.

1. Penelitian ini yang dilakukan oleh Ahmad Sariffullah. Nim 1001160249 IAIN Antasari yang berjudul “Minat Sarjana Perbankan Syariah IAIN Antasari untuk Berkariir dalam Bidang Perbankan Syariah. Penelitian ini membahas tentang; *pertama*, minat sarjana perbankan syariah untuk berkariir di perbankan syariah menurun, hal ini di karenakan,
  - a. Persaingan yang ketat.
  - b. Lowongan kerja yang tidak sesuai harapan.
  - c. Kontrak yang kurang memuaskan.
  - d. Pengalaman yang masih korang.
  - e. Mental yang masih lemah.
  - f. Kemampuan khususnya *spftskill* yang kurang, dan
  - g. kegigihan dan kemauan untuk bekerja di perbankan syariah yang kurang.

Namun menurunnya minat ini bukan berarti mereka menganggur tetapi memilih lapangan kerja lain, seperti:

- a. Berwirausaha.
- b. Melanjutkan pendidikan ke strata 2, dan

- c. Bekerja di lembaga non-perbankan lainnya.

*Kedua:* Metode dan prasarana yang diterapkan saat kuliah dinilai oleh para sarjana yang kurang maksimal, mereka menyarankan perbaikan dalam beberapa aspek, yaitu:

- a. Memperbanyak kerjasama dengan pihak bank syariah melalui seminar-seminar sehingga mahasiswa bisa menjalin koneksi dengan pihak bank syariah.
- b. Menambah ekstrakurikuler tentang perbankan syariah, dan
- c. Memperbanyak praktik ketimbang teori dengan cara menambah waktu magang, praktek komputer lebih sering, dan praktek menghitung uang manual ataupun dengan mesin.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa. Nim 1101160180 IAIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “ Minat Masyarakat Banjarmasin Timur Untuk Menabung Dana Kurban Pada Bank Syariah. Penelitian ini berkaitan dengan adanya produk yang dikeluarkan bank syariah yaitu produk tabungan untuk dana kurban pada arisan kurban di tempat mereka tinggal. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, pengumpulan data menggunakan teknik wawancara kepada masyarakat Kecamatan Banjarmasin Timur menggunakan metode *purposive sampling* dengan mengambil 30 orang responden. Penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat Banjarmasin Timur untuk menabung dana kurban pada bank syariah adalah tinggi. Yaitu prosentase sebesar 63,3% (30 Responden). Factor-faktor yang mempengaruhi tingginya minat masyarakat

Banjarmasin Timur untuk menabung dana kurban pada bank syariah yaitu ibadah kurban menjadi lebih terencana, keinginan untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk dan prosedurnya, telah mengetahui bahwa ada produk tabungan kurban pada bank syariah dan produk tabungan sangat bagus, aman, serta menguntungkan bagi nasabah, serta terbebas dari riba karena menggunakan system bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Holymahbub Andrian. Nim 1101150149 IAIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “ Preferensi Konsumen Terhadap Mie Ayam Mulawarman di Kota Banjarmasin”. Penelitian ini membahas tentang cita rasa Mie Ayam Mulawarman dan memiliki berbagai macam produk yaitu Mie Ayam Telor, Mie Ayam Pentol, dan Mie ayam Ceker yang membuatnya beda dari Mie Ayam Yang lain. Dan produsen dalam menjaga eksistensi Mie Ayam yang lain Sesuai dengan apa yang seharusnya di lakukan oleh Produsen (pemasar), dengan berdasarkan teori-teori ekonomi islam.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Farida. Nim. 0901150091 Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap *Brand Swiching Handphone* Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini membahas tentang Variabel perilaku konsumen meliputi Budaya( $X_1$ ), Sosial ( $X_2$ ), Pribadi ( $X_3$ ), dan Psikologi ( $X_4$ ), berpengaruh secara simulat terhadap *Brand Swihching Handphone* Pada Mahasiswa fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar

6,14 lebih besar secara parsial yaitu variable Sosial ( $X_2$ ) dan Psikologi ( $X_4$ ) terhadap *Brand Switching Handphone* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Anatasari Banjarmasin, hal ini dapat dilihat dari nilai  $t$  hitung sebesar 2,498 ( $X_2$ ) dan 3,121 ( $X_4$ ) yang lebih besar dibandingkan  $t$  table yang sebesar 1,679.

Dari beberapa kajian pustaka diatas terdapat pokok permasalahan yang berbeda dengan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya dengan permasalahan yang akan penulis teliti. Disini penulis mengangkat penelitian mengenai apa saja yang menjadikan Minat konsumen untuk membeli *Handphone* di *Hapeworld* Banjarmasin.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah mencari laporan penelitian ini perlu adanya sistematika penulisan. Skripsi ini terbagi dalam lima bab yang tersusun secara sistematis, tiap-tiap bab memuat pembahasan yang berbeda-beda, tetapi merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan, secara sistematika penulisan skripsi ini berisi lima bab adalah sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah. Agar penelitian menjadi terarah maka dibuatlah rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dan terhindar dari kesalah pahaman terhadap penelitian penulis, maka dibuat definisi operasional. Untuk dapat diketahui manfaat dari penelitian yang dilakukan maka dirumuskan kedalam signifikansi penelitian dan kajian pustaka

diperlukan untuk menghindari permasalahan yang sama dengan penelitian sebelumnya. Maka disusunlah sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori tentang pengertian minat, macam-macam minat, penyebab timbulnya minat, minat dalam pandangan islam, dan pengertian konsumen, perilaku konsumen, keputusan membeli dan etika bisnis dalam islam.

Bab III merupakan metode penelitian terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subyek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan penelitian, hal ini dibuat agar penelitian ini sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian, yang menguraikan dengan jelas data hasil penelitian di lapangan, yang terdiri : identitas informan yang memuat tentang data dari informan yang menjadi sumber data, dan berupa uraian tentang permasalahan yang diteliti sesuai dengan kondisi objektif dilokasi penelitian dalam bentuk wawancara. Kemudian uraian tersebut dianalisis dengan teori minat yang terdapat pada bab II.

Bab V adalah bab terakhir sebagai penutup. Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan hasil penelitian dan dikemukakan juga beberapa saran yang perlu.