

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Mendirikan sebuah bisnis atau usaha adalah satu cara dalam menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh laba. Kebutuhan manusia yang beragam dan terus bertambah dari waktu ke waktu memunculkan celah bagi para pebisnis untuk mendirikan sebuah usaha baru.

Kegiatan bisnis juga pernah dilakukan oleh para Nabi seperti diungkap dalam Hadist Al-Hakim: Bahwasanya Nabi Daud adalah seorang ahli pertenunan (kain dan baju besi). Nabi Adam adalah seorang petani, Nabi Nuh seorang tukang kayu, Nabi Idris seorang tukang jahit, sedangkan Nabi Musa adalah seorang pengembala. Demikian pula Nabi Ibrahim adalah yang pertama kali merintis usaha perkongsian sampai menjadi seorang konglomerat di zamannya, pada waktu beliau bermukim di Mesir. Nabi Ibrahim mengadakan persekutuan dengan Nabi Luth anak Hasan bin Ibrahim bin Tareh (saudara kandung Nabi Ibrahim). Mereka mengadakan kerja sama membentuk perusahaan peternakan yang makin lama makin maju menjadi usaha persekutuan besar sehingga tidak tertampung lagi pada lahan yang tidak tersedia. Namun akhirnya pecah, perusahaan mereka dibagi dua masing-masing memperoleh separuh.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Lihat. Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Cet. Ke-1 (Jakarta: Pranada Media Group) 2014, h. 60

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat dan mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dewasa ini. Internet bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat.

Secara teknis, internet merupakan dua komputer atau lebih yang saling berhubungan membentuk jaringan komputer hingga meliputi jutaan komputer didunia, yang saling berinteraksi dan bertukar informasi. Sedangkan dari segi ilmu pengetahuan, internet merupakan sebuah perpustakaan yang didalamnya terdapat informasi berupa teks, grafik, suara maupun animasi dalam bentuk elektronik. Jadi, internet merupakan sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran informasi jarak jauh.<sup>2</sup>

Perkembangan internet juga mempengaruhi perkembangan ekonomi. Sebagian besar produsen menggunakan media internet sebagai strategi untuk memasarkan produk. Dalam pemasarannya, transaksi tidak hanya dilakukan dengan cara penjual dan pembeli harus bertemu secara langsung dilokasi atau tempat yang telah disepakati. Akan tetapi sebagian orang memanfaatkan perkembangan teknologi internet tersebut sebagai media untuk melakukan jual beli (*E-commorce*). *E-commorce* sebagai penjualan barang atau jasa dimana pemesanannya dilakukan oleh konsumen melalui internet, termasuk di dalamnya proses tawar menawar harga dan ketentuan pembeli.<sup>3</sup>

Banyak orang yang sudah memiliki akses internet terutama dikalangan mahasiswa dan masyarakat perkotaan yang melakukan kegiatan sehari-harinya

---

<sup>2</sup> Lihat. Dewi Kurniawati, *Jurnal: Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Masyarakat*, vol. 1 (Sumatera: Universitas Sumatera Utara) 2015, h.194

<sup>3</sup> Lihat. Adam Smeait, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada Produk Fashion Melalui Belanja Online*, Yogyakarta

seperti mengakses layanan perbankan, berkomunikasi dengan teman-teman bahkan berbelanja sudah dilakukan secara *online*. Dengan mudahnya mengakses internet dimasa globalisasi seperti pada saat ini, dimana jarak antar satu dengan yang lainnya makin tak terbatas. Keadaan ini tentu menyebabkan persaingan antara pengusaha online untuk berlomba-lomba dalam memberikan kemudahan dan meyakinkan masyarakat dalam berbelanja online. Sehingga dapat menimbulkan minat konsumen dalam berbelanja online terutama pada produk fashion.<sup>4</sup>

Berkembangnya *online shop* yang bergerak dalam bidang fashion, menjadikan konsumen akan dengan leluasa membandingkan produk yang ditawarkan oleh suatu *online shop* dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh online shop lain. Selain itu, bagi sebuah *online shop* yang melakukan transaksi tanpa bertatap muka harus dapat menjaga kepercayaan agar dapat menarik minat konsumen untuk bertransaksi di *online shopnya*, tentu berkaitan dengan apa produk yang ditawarkan oleh online shop itu sendiri. Jika suatu produk sudah diketahui masyarakat umum mengenai kualitasnya atau produk tersebut sudah memiliki merek yang kuat, maka akan menarik minat beli konsumen.<sup>5</sup>

Minat beli konsumen merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta dapat menjadi acuan berapa banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode tertentu. Memahami minat beli konsumen dalam lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan mempunyai ketidak pastian paling besar, seperti sekarang menuntut para

---

<sup>4</sup> Ibid,

<sup>5</sup> Lihat. Petra Surya Mega Wijaya, *Jurnal: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli di Online Shop Specialis Guess* (Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana ) 2012 H. 148

pedagang online untuk bersaing secara kompetitif, kondisi ini menjadikan peran dari minat beli konsumen menjadi pendukung atas keberhasilan para pedagang dalam menentukan strategi bersaing secara dini.

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang di persoalkan, maka penulis membatasi pada Strategi Pedagang Online Yang Berada Dikelurahan Baruga Pada Grup KJB (Kendari Jual Beli) Aplikasi Facebook Yang Berdagang Busana Muslim Dalam Menarik Minat Pembeli dan Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pedagang Online Dalam Menarik Minat Pembeli Pada Pedagang Online Dikelurahan Baruga

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam hal ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pedagang busana muslim *online* dalam menarik minat pembeli pada pedagang *online* dikelurahan baruga ?
2. Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap strategi pedagang busana muslim *online* dalam menarik minat pembeli pada pedagang *online* dikelurahan baruga ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pedagang busana muslim *online* dalam menarik minat pembeli pada pedagang *online* dikelurahan Baruga.

2. Untuk mengetahui tinjauan perspektif ekonomi syariah terhadap strategi pedagang busana muslim *online* dalam menarik minat pembeli pada pedagang *online* dikelurahan Baruga.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis
  - a) Sebagai pembandingan antara teori yang didapat dari bangku perkuliahan dalam fakta di lapangan.
  - b) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dibidang penelitian sejenis.
2. Secara praktis
  - a) Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa khususnya bagi mahasiswa dan masyarakat yang terlibat dalam aktifitas jual beli *online*.
  - b) Sebagai bahan bacaan yang sekaligus sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.
  - c) Dengan hasil penelitian ini di hrapkan dapat menambah wawasan yang luas kepada pembaca terutama bagi pribadi penulis.

#### **F. Defesini Operasional**

Untuk meghindari kekeliruan pengertian/makna terhadap konsep yang akan diteliti, maka penulis akan menjelaskan secara terperinci sebagai berikut :

1. Strategi didefinisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran. Bisa juga didefinisikan

sebagai suatu proses berkesinambungan yang membuat organisasi secara keseluruhan sesuai dengan lingkungannya.<sup>6</sup>

Strategi pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu.

2. Pedagang *Online* biasa disebut dengan penjual *online* merupakan seseorang yang melakukan aktifitas penjualan dari mencari calon pembeli sampai menawarkan produk atau barang dengan memanfaatkan jaringan internet yang didukung dengan seperangkat alat elektronik sebagai penghubung dengan jaringan internet.<sup>7</sup>
3. Menarik Minat pembeli yaitu cara yang dilakukan oleh pedagang untuk mempromosikan produknya untuk mendapatkan pelanggan karena menemukan pelanggan atau konsumen baru adalah tantangan penting dalam setiap bisnis online.
4. Perspektif Ekonomi Syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah transaksi jual beli yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang dimaksud dengan strategi pedagang online dalam menarik minat pembeli ditinjau dari perspektif ekonomi syariah adalah usaha dalam mengamati secara detail pada suatu hal dengan pendekatan secara keseluruhan dengan memanfaatkan jaringan internet untuk

---

<sup>6</sup> Lihat. Dirgantoro, *Manajemen Strategi Pemasaran Produk* (Jakarta: PT Gramedia, 2004), hlm. 154.

<sup>7</sup> Lihat. <https://goklatenjualango.blogspot.co.id/2013/1/pengertian-atau-defenisi-serta-arti-penjualan-secara-online.html> diakses 09 febr uari 2018, pukul 09.55 WITA.

mempromosikan produknya untuk mendapatkan pelanggan baru dan transaksi jual beli yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

