

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat bisnis dan perdagangan dalam kacamata Islam menempati posisi terhormat. Ia tidak sekedar aktivitas yang mengedepankan prinsip-prinsip memperoleh keuntungan secara maksimal, tetapi juga di ikat oleh bingkai hukum dan moral agama. Demikian pentingnya transaksi bisnis dan perdagangan ini sehingga Rasulullah menempatkannya sebagai pekerjaan yang sangat mulia sebagaimana beliau kemukakan ketika menjawab pertanyaan salah seorang sahabatnya perihal pekerjaan yang sangat mulia.¹

Mu'amalah adalah satu aspek dari ajaran yang telah melahirkan peradaban Islam yang maju di masa lalu. Ia merupakan satu bagian dari syari'at Islam, yaitu yang mengatur kehidupan manusia dalam hubungan dengan manusia, masyarakat dan alam. Karena mu'amalah merupakan aspek dari ajaran Islam, maka ia juga mengandung aspek teologis dan spiritual. Aspek inilah yang merupakan dasar dari mu'amalah tersebut.²

Pada zaman sekarang ini yang sudah moderen penjualan pun tidak hanya dilakukan dipasar saja, melainkan bisa dilakukan lewat media *online*. Contohnya seperti jual beli *online* atau di dalam Islam di sebutnya jual beli salam yang mana jual beli salam itu adalah jual beli barang secara tangguh dengan harga yang

¹Muhammad, Rahmad Kurniawan, *Visi Dan Aksi Ekonomi Islam*, Malang: Intimedia, 2014, h. 37.

²Vernandes Elka. 2012. Jual Beli Dalam Islam. <http://vh28.blogspot.com/2012/11/makalah-jual-beli-dalam-islam.html> (online pada tanggal 2 Maret 2015)

dibayarkan dimuka, atau dengan bahasa lain jual-beli yang mana harga dibayarkan dimuka sedangkan barang dengan kriteria tertentu akan diserahkan pada waktu tertentu.³

Di zaman sekarang ini kemajuan teknologi informasi telah banyak sekali melahirkan perubahan mendasar dalam kehidupan manusia. Dengan adanya ketersediaan informasi yang bisa kita akses secara instan, bisa melalui telepon rumah, telepon genggam, komputer yang sudah terhubung dengan internet, telah mengubah cara manusia bekerja, belajar, mengelola perusahaan, berbelanja ataupun berjualan. Aspek perekonomian merupakan suatu hal yang sangat penting, dimana posisi ini menentukan akan kesejahteraan manusia semuanya. Seiring dengan perjalanan sang waktu dan pertumbuhan masyarakat, serta kemajuan IPTEK (Ilmu Penegetahuan dan Tekhnologi), maka dalam hal ini mengarah pada suatu titik, yaitu membentuk dan mewujudkan perubahan terhadap pola kehidupan bermasyarakat, tidak terkecuali dalam bidang ekonomi, yaitu tentang suatu perdagangan.⁴

Perdagangan melalui via telepon dan internet adalah bentuk formal dan sarana pembantu tercapainya transaksi jual-beli. Lebih dari sarana, meskipun membantu, yang terpenting esensi dari jual beli itu sendiri. Jika di dalam nya mengandung unsur yang di haramkan maka jelas itu di haramkan.⁵

³Ghufron A Mas'adi, *Fiqih Muamalah Kontekstual*, Jakarta: Raja Grafindo, 2002, h. 143.

⁴Mahasiswa Mepat. Jual Beli Online Menurut Pandangan Islam (Transaksi Jual Beli). <http://mahasiswamepiempat2012.blogspot.com/2014/09/jual-beli-online-menurut-pandangan.html> (online pada tanggal 2 Maret 2015)

⁵Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Bandung: RefikaAditama, 2011, h. 209.

Seiring dengan berkembangnya jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (telepon) menjadi sesuatu yang sangat konservatif dengan adanya media komunikasi seperti media massa, yaitu media komunikasi saat ini telah mempengaruhi perkembangan ekonomi, transaksi elektronik dan media cetak. Khusus untuk media elektronik, ditandai dengan semakin berkembangnya dunia teknologi informasi. Saat ini dikenal adanya social network dimana *chatting* (obrolan) menjadi salah satu pilihan cara berkomunikasi. Hal ini pula yang membuat komunikasi menjadi lebih bervariasi sehingga banyak orang mencoba untuk memanfaatkannya. Salah satu pemanfaatannya antara lain pada bidang penjualan (marketing). Berbagai macam jualan ataupun produk telah diperjual belikan melalui salah satu fitur yang ada pada smartphone tersebut. Salah satu yang menjadi penjualan utama melalui media sosial adalah pakaian, baik pakaian pria maupun wanita yang banyak diminati oleh para pengguna smartphone. Pengguna smartphone baik pria maupun wanita, tertarik untuk membeli pakaian melalui media sosial karena adanya kemudahan dalam bertransaksi, tanpa perlu kepasar, mall dan butik. Pakaian merupakan kebutuhan primer manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu mengenakan pakaian dalam setiap aktivitas. Pakaian berfungsi untuk menutupi aurat, memberikan kenyamanan, melindungi tubuh dari panas atau dingin. Sebagai tambahannya, pakaian juga digunakan untuk memperindah diri.

Teknik pembelian yang ada di media sosial yaitu dengan cara memberikan pertanyaan terlebih dahulu kefoto pakaian yang mau di beli. Contohnya dengan cara memberikan pertanyaan mengenai harga, jenis kainnya apa, dan ukurannya

apa. Dan apabila ingin membeli pakaian tersebut terlebih dahulu menghubungi sipenjualnya agar bisa diproses dan akan diberitahukan bagaimana mekanisme pembayarannya, apakah secara *cash on delivery* (COD) atau transfer.

Jika di ulas mengenai suatu daya beli, dapat juga dipahami bahwa daya beli merupakan kemampuan konsumen dalam membayar untuk memperoleh barang yang dikehendaki atau diperlukannya. Ketika sebuah pemasaran bisa memberikan daya tarik pada konsumen, maka akan tercipta sebuah respon positif yang berimplikasi pada tahap membeli.⁶

Dilihat dari mahasiswi IAIN Palangka Raya saat ini daya beli mereka bisa dikatakan tinggi dalam berbelanja online terutama pembelian di bidang pakaian. Apalagi dizaman sekarang ini media penjualan online pun sudah banyak, contohnya Instagram, Facebook, dll. Namun tidak hanya media penjualannya saja yang sudah maju, tetapi produk-produknya pun sudah semakin banyak. Contohnya seperti, makanan, pakaian, barang-barang elektronik, perabotan rumah tangga, alat-alat kecantikan, dll. Bahkan tidak hanya itu saja yang dijual melalui *online* ada juga seperti barang-barang bekas yang masih layak pakai. Tetapi peneliti disini hanya membahas tentang pakaian saja karena dikalangan mahasiswi saat ini pakaianlah yang paling dominan diinginkan oleh mereka. Apalagi saat ini ada yang namanya pakaian *hijabers*, yang mana pakaian *hijabers* inilah yang paling banyak diminati oleh kalangan remaja termasuk mahasiswi IAIN Palangka Raya.

⁶<http://www.kamusbesar.com/49814/daya-beli> di unduh pada tanggal 15 april 2015.

Namun tidak semua mahasiswi yang bisa membeli pakaian setiap minggunya ataupun setiap bulannya, karena mahasiswi di IAIN Palangka Raya ini tidak semua memiliki pendapatan sendiri, ada juga yang hanya mengandalkan pemberian dari orang tua. Bagi mereka yang memiliki pendapatan sendiri biasanya daya beli mereka tinggi, tapi bagi yang tidak memiliki pendapatan sendiri atau hanya mengandalkan pemberian dari orang tua biasanya daya belinya rendah. Maka dari sinilah bisa dikatakan bahwa pendapatan mahasiswi mempengaruhi daya beli.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang:

PENGARUH PENDAPATAN MAHASISWI TERHADAP DAYA BELI MAHASISWI IAIN PALANGKA RAYA DALAM MEMBELI PAKAIAN BERHIJAB SECARA *ONLINE* DI MEDIA SOSIAL.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh pendapatan mahasiswi terhadap daya beli mahasiswi IAIN Palangka Raya dalam membeli pakaian berhijab secara *online* di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh pendapatan mahasiswi terhadap daya beli mahasiswi IAIN Palangka Raya dalam membeli pakaian berhijab secara *online* di media sosial.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini dapat di bagi dua kegunaan, yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis.

1. Kegunaan Teoritis

- a. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang ekonomi syari'ah.
- b. Untuk menambah dan memperluas wawasan peneliti dan mahasiswa jurusan syariah khususnya Ekonomi Syari'ah serta seluruh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- c. Dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program Strata satu di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- b. Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literature ekonomi syari'ah bagi kepustakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini adalah:

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari: latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II Kajian Teoritik, yang terdiri dari: Penelitian Terdahulu, Deskripsi Teoritik, Kerangka Pikir, dan Hipotesis.

BAB III Metode Penelitian, yang terdiri dari: waktu dan tempat penelitian, pendekatan penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data.

BAB IV Penyajian Data, yang terdiri dari: didalam bab ini berisikan tentang gambaran umum mengenai IAIN Palangka Raya yang berkaitan dengan Profil, Visi dan Misi, Hasil Analisis Uji Data, Hasil Analisis Data Penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian tentang pengaruh tingkat pendapatan orang tua terhadap daya beli mahasiswi iain palangka raya dalam membeli pakaian secara online di media sosial.

BAB V Penutup, di dalam bab ini berisikan Kesimpulan dan Saran dari peneliti.