

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu fenomena muamalah yang terjadi dalam suatu bidang ekonomi yaitu adanya transaksi jual beli menggunakan media elektronik. Berkembangnya teknologi memicu perubahan kebiasaan individu salah satunya dalam hal jual beli. Bentuk perdagangan terbaru yang semakin memudahkan penggunanya sekarang dikenal dengan istilah *E-commerce*. *E-commerce* hanya bisa dilakukan apabila pengguna terhubung dengan jaringan internet. Maraknya *e-commerce* tentunya mengubah pola berbelanja masyarakat yang sekarang tidak perlu mengunjungi toko secara langsung namun dapat mengandalkan *e-commerce*.¹

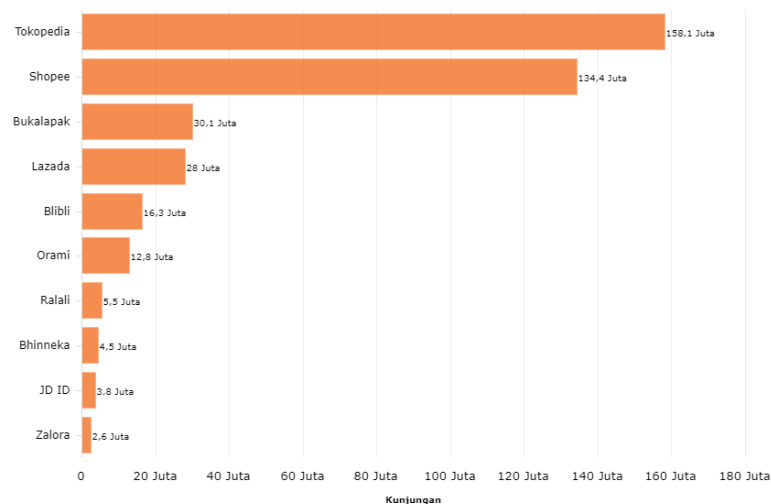
Berbelanja *online* terasa jauh lebih mudah dan simpel, pengguna hanya perlu memilih barang melalui gambar atau video dan melakukan pemesanan serta dapat membayar melalui *transfer* ataupun *Cash On Delivery*, kemudian pembeli hanya menunggu barang sampai diantar langsung ke tempat berdasarkan alamat pemesanan. Contoh *e-commerce* yang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu tokopedia, shopee, lazada, bukalapak, blibli.com, dan sebagainya.² Hal ini tentunya harus selalu dikembangkan dengan berbagai kreasi serta inovasi supaya pergerakan ekonomi di Indonesia terutama di pasar *online* semakin baik. Berikut ini adalah hasil *online shop* yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2021:³

Gambar 1.1 E-Commerce dengan Pengunjung Tertinggi

¹Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Malang: Erlangga, 2012), 205.

²Yeni Anita, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Dan Lazada Di Kota Pekanbaru)*, 2019, 3 <<http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/22786>>.

³ Siti Nur Aini "7 Marketplace Terbesar Di Indonesia Kuartal III 2021 - Lifestyle Katadata.Co.Id" <<https://katadata.co.id/agung/berita/623af52eea481/7-marketplace-terbesar-di-indonesia-kuartal-iii-2021>> [accessed 5 September 2022].



Sumber: katadata.co.id

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa *online shop* yang paling banyak di kunjungi pada tahun 2021 adalah tokopedia sebanyak 158,1 juta dan disusul shopee dengan pengunjung sebanyak 134,4 juta. Hal ini menunjukkan bahwa dua *e-commerce* tersebut yaitu tokopedia dan shopee sangat diminati oleh masyarakat pada saat ini.

Kedua *e-commerce* tersebut yaitu shopee dan tokopedia pada saat ini sama-sama menampilkan produk terbaik serta fitur-fitur yang memudahkan penggunanya melakukan transaksi dan juga bisa memenuhi kepuasan konsumen yang selalu berubah-ubah sesuai dengan perkembangan *trend*.

Harga tentunya sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.⁴ Kebanyakan konsumen mengharapkan harga di toko *online* lebih murah dibandingkan toko *offline* sehingga para konsumen akan mencari informasi mengenai perbandingan harga produk di kedua toko tersebut. Di beberapa kasus yang banyak ditemukan, memang harga produk toko *online* lebih murah dibanding toko *offline*.

Kepuasan konsumen juga bisa dipengaruhi oleh faktor pelayanan dari masing-masing *e-commerce* tersebut contohnya seperti kemudahan penggunaan konsumen dalam

⁴ Eunike Verina, Edy Yulianto, and Wasis A. Latief, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook Yang Berlokasi Di Indonesia)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 10.1 (2014), 10.

mengakses aplikasi maupun situs *e-commerce* sehingga para pengguna tidak bingung dalam menggunakannya karena mayoritas konsumen tidak mau ribet dalam berbelanja.

Faktor keamanan juga sangatlah penting untuk sebuah *e-commerce* terutama dalam hal kegiatan transaksi yang salah satunya yaitu pada metode pembayaran. Adanya faktor keamanan memungkinkan konsumen akan mendapat kepuasan apabila kerahasiaan informasi serta data mereka terjaga dan mereka yakin atas keamanan *e-commerce* tersebut.

Banyak penelitian terkait dengan kepuasan konsumen pada *e-commerce* shopee dan tokopedia dan aplikasi *e-commerce* lainnya. Adanya *riset gap* penelitian terdahulu yang penulis temukan yaitu Yeni Anita (2019)⁵ dan Arpizal (2021) mengatakan bahwa variabel harga dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁶ Sedangkan Agung Kresnamurti Rivai P, Suneni dan Eka Febrilia (2019) mengatakan variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁷ Menurut Mu'minatus Fitriati Firdaus dan Ditiya Himawati (2022) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁸ Sedangkan Akhmad Hitten dan Arief Susanto (2019) menunjukkan variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁹ Menurut Sri Lestari dan Khairunnisa Tri Indriana (2021) mengatakan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,¹⁰ berbeda dengan Gilang Prakoso

⁵ Anita.

⁶ Arpizal, 'Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perfektif Ekonomi Islam Pada Bisnis Online', *Jurnal Riset Dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 0117 (2021), 23–50.

⁷ Agung KresnamurtiRivaiP, Suneni, and Ika Febrilia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab', *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10.1 (2019), 204–25.

⁸ Mu'minatus Fitriati Firdaus and Ditiya Himawati, 'Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Depok', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27.2 (2022), 216–30 <<https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>>.

⁹ Akhmad Hitten and Arief Susanto, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Karyawan Kantoran Serta Dampaknya Pada Niat Untuk Menggunakan Ulang Layanan Aplikasi Go- Food Di Pontianak', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8.2 (2019), 94 <<https://doi.org/10.26418/jebik.v8i2.26851>>.

¹⁰ Sri Lestari and Khairunnisa Tri Indriana, 'Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech', *AL-MISBAH*, 2.1 (2021), 66–80 <<https://jurnal.umika.ac.id/index.php/almisbah/article/view/164>> [accessed 3 December 2022].

(2020) yang menyatakan bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dalam perspektif hukum Islam, transaksi jual beli *e-commerce* itu diperbolehkan berdasarkan prinsip *maslahah*, yaitu konsep yang di jadikan pertimbangan utama dalam penyelesaian masalah dan mengambil manfaat serta membuang *mudharatnya* dalam memenuhi tujuan syariah.¹¹ Apabila dilihat dari segi mekanismenya, transaksi jual beli *e-commerce* juga diperbolehkan asal memenuhi syarat serta rukun sahnya jual beli.

Berdasarkan pemaparan masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang?
3. Bagaimana pengaruh keamanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang?
4. Bagaimana pengaruh harga, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang secara simultan?

¹¹Ardiana Hidayah, ‘Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam’, *Solusi*, 17.1 (2019), 84–93 (93) <<https://doi.org/10.36546/solusi.v17i1.155>>.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna online shop shopee dan tokopedia di Kabupaten Sampang secara simultan.

2. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan berguna bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah wawasan serta pengetahuan baru bagi penulis tentang pengaruh harga, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

b. Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi berupa referensi ilmiah yang terpercaya dan dapat digunakan sebagai bahan kajian teoritis sekaligus sumber yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi objek penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman serta informasi sebagai bahan evaluasi perkembangan dan peningkatan kinerja sistem penjualan.

D. Kajian Pustaka

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian ini, penulis akan menguraikan penelitian-penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian ini yang berkaitan dengan pembahasan, diantaranya:

1. Yeni Anita, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru)*, Tesis: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019. Skripsi ini membahas tentang harga, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara parsial serta simultan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan dalam perspektif ekonomi islam bisnis online diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang tidak diperbolehkan. Berbeda dengan penelitian saya yang membahas tentang Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang). Berbeda sedikit dari tempat penelitian dan beberapa variabelnya.
2. Gilang Prakoso, *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna E-commerce di Wilayah Jakarta Pusat)*, Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta,

2020. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa variabel kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna *e-commerce* wilayah Jakarta Pusat. Berbeda dengan penelitian saya yang membahas tentang Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Agung Kresnamurti Rivai P, Suneni dan Eka Febrilia, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab*, Jurnal: *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 2019. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian saya yang membahas tentang Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang). Berbeda dengan penelitian sebelumnya penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Akhmad Hitten dan Arief Susanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Karyawan Kantoran Serta Dampaknya pada Niat untuk Menggunakan Ulang Layanan Aplikasi Go- Food di Pontianak*, Jurnal: *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2019. Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi harga. Hasil dari penelitian ini menyatakan

bahwa variabel kegunaan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian saya yang membahas tentang Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang). Penelitian saya menunjukkan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. Mu'minatus Fitriati Firdaus dan Ditiya Himawati, *Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Depok*, Jurnal: *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 2022. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa persepsi harga, persepsi kualitas layanan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen *e-commerce* Shopee di Kota Depok. Berbeda dengan penelitian saya yang membahas tentang Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang).

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini akan membahas teori- teori yang terkait dengan penelitian seperti: Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Pada Pengguna Online Shop Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian, seperti: jenis penelitian, populasi, sample, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara umum objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah dan pembahasan mengenai hasil temuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang telah dibahas dan berisi mengenai saran yang salah satunya diperuntukkan kepada peneliti selanjutnya agar menambah lebih luas objek yang diteliti atau menambah variabel serta tahun dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka berisi tentang rujukan berupa buku, jurnal dan website resmi sebagai penunjang keperluan penelitian.