

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak perkembangan di berbagai bidang dan lini. Perkembangan teknologi adalah salah satu isu utama yang masih menjadi pusat perhatian untuk beberapa waktu terakhir ini. Isu perkembangan teknologi ini tidak luput dari munculnya internet sebagai salah satu media yang sangat membantu dan memberikan sebuah realitas baru dalam kepada umat manusia sehingga internet dapat mengakibatkan banyaknya perubahan dalam dunia ini.¹ Internet telah dijadikan standar resmi dalam aktivitas sehari-hari, mulai dari hanya sebagai sarana penunjang bagi terlaksananya sebuah bisnis maupun merupakan core bisnis itu sendiri.²

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Yang dilakukan pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.³

Allah dalam firman-Nya QS An-Nisa ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahannya:

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

¹Abdul Wahib dan Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara Cybercrime* (Bandung: Refika Aditama, 2005), h.31.

²Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online* (Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online) (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), h. 2.

³Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.4.

suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah swt adalah Maha Penyayang kepadamu.⁴

Dalam ayat tersebut dijelaskan prinsip tentang berdagang. Setiap muslim harus menjalani kehidupannya seolah-olah Allah selalu hadir bersamanya. Pernyataan al-Qur'an mengenai cara yang batil berhubungan dengan praktik-praktek yang bertentangan dengan syariah dan secara moral tidak halal. Ayat di atas menekankan perbuatan baik dalam perdagangan, ini berarti bahwa tidak boleh ada rasa tidak senang atau perbedaan antara golongan dalam hubungan bisnis.⁵

Dengan berkembangnya zaman yang semakin modern dunia bisnis semakin cenderung mengabaikan etika. Faktanya, persaingan berkembang mengarah pada praktek-praktek persaingan liar yang menghalalkan segala cara, karena dalam bisnis seseorang dituntut untuk berani menanggung resiko. Di dunia bisnis dengan modal yang kecil dapat berharap suatu saat bisnis tersebut menjadi besar dan mendapat laba yang besar. Sehingga para pebisnis berusaha melakukan apa saja agar usahannya berkembang pesat.⁶

Toko ST Bags merupakan yang bergerak di bidang perdagangan yang sudah berdiri sejak 2010 yang sekarang dikelola oleh Hj. Rusna Melysa Safytri. Toko ST Bags menjual produk tas dengan berbagai produk unggulan dan berbagai jenis tas merek lain baik tas lokal maupun impor. Produk tas yang dijual antara lain dompet, tas anak, tas sekolah, tas remaja, tas pesta, tas dewasa, tas pria, tas laptop, koper dan aksesoris. Toko ST Bags telah menerapkan strategi pemasaran dengan

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Bandung: Lubuk Agung), h.85.

⁵Rahman, *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 444.

⁶Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 84.

menjual produk yang diperuntukkan untuk semua kalangan yaitu anak-anak, remaja, dewasa laki-laki dan perempuan.

Dalam melakukan promosi Toko ST Bags telah melakukan berbagai bentuk promosi yang didukung dengan sejumlah dana kegiatan promosi, yang tak lain bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Promosi yang telah dilakukan antara lain aktif promosi melalui media sosial, promosi melalui toko offline, promosi melalui keikutsertaan sponsor, dan *give away*.

Namun adanya pandemi virus corona (Covid-19) yang menyerang Indonesia dan dunia pada awal tahun 2020 memiliki dampak yang sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang cukup singkat, pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Karena pandemi, banyak pelaku usaha terpukul, tutup dan merugi. Namun selalu ada harapan di tengah pandemi. Sehingga, pemasar harus mulai memutar otak untuk tetap bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen, sebagai strategi bertahan di tengah pandemi virus corona. Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran online dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Pemasaran digital adalah solusi yang terbaik untuk bertahan di masa pandemi Covid-19 agar penurunan kinerja pemasaran tidak mencapai 100%.

Dengan kecanggihan teknologi telekomunikasi yang saat ini, Para pelaku bisnis banyak yang telah memanfaatkan dengan memasarkan produknya melalui internet khususnya media sosial sebagai salah satu media untuk mempromosikan komoditinya Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran,

kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audio visual. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Blog, Instagram dan lainnya.⁷

Penggunaan internet untuk kehidupan sehari-hari terus berkembang dengan pesat. Berdasarkan survei yang diadakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilaksanakan bulan April 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 171,7 juta jiwa atau sekitar 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264 juta jiwa. Pengguna internet tersebut meningkat 10,2% atau 27,9 juta orang yang dibandingkan dengan pengguna internet tahun sebelumnya (APJII 2019).⁸

ST Bags memanfaatkan instagram dengan banyak fungsi, diantaranya sebagai wadah yang menjanjikan untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Produk yang dijual oleh ST Bags adalah Tas kekinian yang ditawarkan dalam bentuk gambar atau video yang di *upload* di media sosial. Dengan begitu dapat memudahkan para konsumen untuk melihat dan memilih produk mana yang akan mereka beli. Pelayanan yang dilakukan oleh pihak ST Bags sangat memudahkan para konsumen sebab apabila konsumen ingin membeli produknya, mereka hanya perlu memberi komentar di postingan pada akun instagram @stbagssssss kemudian dari pihak ST Bags akan meresponnya. Sejak awal adanya ST Bags sampai sekarang telah memiliki pengikut yang terbilang cukup banyak, yaitu sekitar 39,5k pengikut.

⁷Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media* (Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo, 2011), h. 1.

⁸Wahyudiyono, "Implikasi Penggunaan Internet Terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur." *INFERENSI: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, Vol. 8, No. 2, November 2019, h.64

Dengan demikian, menjadi hal menarik untuk diteliti mengenai hal-hal yang dilakukan oleh ST Bags dalam menjalankan akun instagramnya dan usahanya untuk meningkatkan penjualan melalui instagram ditengah situasi pandemi. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam dalam bentuk penelitian dengan judul ” Efektivitas Media Instagram Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi pada Toko ST Bags Watampone)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dijabarkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas media *instagram* dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi pada toko ST Bags ?
2. Bagaimana penerapan promosi melalui media *instagram* dalam perspektif etika bisnis syariah pada toko ST Bags ?

C. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut maka penulis dapat menjabarkan tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas media *instagram* dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi pada toko ST Bags.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan promosi melalui media *instagram* dalam perspektif etika bisnis syariah pada toko ST Bags .

Adapun penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan ilmiah, yakni hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu keislaman pada khususnya.
2. Kegunaan praktis, yakni hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan masukan terhadap individu dan instansi terkait dalam merumuskan kebijakan pembangunan masyarakat, bangsa, negara dan agama.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa aspek yang perlu dibahas terkait ruang lingkup penelitian diantaranya yaitu:

1. Penelitian ini berlokasi di toko ST Bags Watampone
2. Variabel dalam penelitian ini adalah mengkaji mengenai efektivitas media instagram dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi perspektif etika bisnis syariah.
3. Subjek dan objek penelitian: subjek dari penelitian ini adalah pemilik dan pelanggan yang menggunakan aplikasi *instagram* dalam bertransaksi di toko ST Bags Watampone, sedangkan objek penelitiannya adalah efektivitas media *instagram* meningkatkan volume penjualan di masa pandemi perspektif etika bisnis syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran pembahasan dari awal hingga akhir. Adapun rancangan pembahasan dalam penelitian dibagi menjadi lima bab yang terbagi sub bab, yaitu:

BAB I. Pendahuluan sebagai acuan dalam penelitian dan mengantar skripsi secara keseluruhan bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan dan motivasi penelitian, rumusan masalah sebagai inti dari penelitian, Tujuan dan manfaat untuk mengetahui urgensi penelitian, selanjutnya Ruang lingkup penelitian memaparkan keluasan cakupan penelitian, dan Sistematika pembahasan pembagian atau pemetaan isi skripsi.

BAB II. Kajian pustaka yang mendasari penelitian ini meliputi teori tentang peran mata kuliah etika bisnis Islam dalam pengembangan usaha online shop. Bab ini juga berisi tentang kajian penelitian terdahulu memberi gambaran posisi penelitian terhadap penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain, Kajian teoretis sebagai teori dan konsep yang akan digunakan untuk menganalisa, dan kerangka pikir menggambarkan alur berpikir penulis.

BAB III. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV. Hasil penelitian dan pembahasan berupa menjelaskan mengenai pokok-pokok yang akan dibahas melalui penelitian atau untuk menjawab rumusan permasalahan dari penelitian ini.

BAB V. Penutup berisi kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan sebelumnya. Sedangkan Implikasi dari penelitian berisi uraian mengenai saran dan langkah-langkah apa yang diperlukan oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.