

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada akhir tahun 2019, dunia digemparkan dengan adanya penyebaran wabah virus Corona. Virus ini bermula dari salah satu kota yang ada di Negara China, yaitu di kota Wuhan. Virus tersebut membuat kepanikan di China hingga menimbulkan korban jiwa sampai ribuan orang penduduk di China. ¹

World Health Organization atau WHO menjelaskan bahwa Coronavirus atau Covid-19 adalah virus yang dapat menginfeksi sistem pernapasan. Virus Corona ini dapat menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti MERS-CoV dan SARS-CoV. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Indonesia, perkembangan penyebaran virus Corona ini sangat cepat sekali, bahkan sudah sampai ke berbagai Negara yang ada di dunia. Sampai saat ini sudah tercatat sebanyak 188 negara yang mengkonfirmasi bahwa negaranya terkena virus Corona. ²

Pada awal tahun 2020, virus ini sudah dihebohkan mulai menyebar di Indonesia. Hal ini membuat pemerintah menerapkan beberapa kebijakan di berbagai sector untuk menghindari penyebaran virus yang merajalela.

¹ Eka Budiyantri, *Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia*, Jurnal Pulsit, Vol. 11 No. 2 Februari 2020

² Silpa Hanoatubun, *Dampak Covid – 19 Terhadap Perekonomian Indonesia*, Journal Of Education , Psychology, and Counseling, Vol. 2 No. 1 Tahun 2020

Salah satu kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam menghadapi adanya Covid-19 ini adalah dengan memberlakukan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar. PSBB ini mulai diberlakukan pada tanggal 10 April 2020 dan dilaksanakan di Jakarta dan diikuti oleh beberapa daerah lainnya yang ada di Indonesia. Hal ini dilakukan dalam rangka percepatan penanganan Covid-19.³

Banyak sekali sector yang terdampak dengan adanya Covid-19 yang salah satunya adalah sector perekonomian. Perekonomian Negara yang harusnya semakin lama harus semakin berkembang atau semakin meningkat malah mengalami penurunan. Perkembangan perekonomian di Indonesia pada awal tahun 2020 mengalami hambatan dan mengakibatkan penurunan pendapatan Negara. Hal ini dikarenakan sudah mulai masuk serta berkembangnya Covid-19 ini di Negara Indonesia. Beberapa lembaga bahkan sudah memprediksi perlemahan ekonomi dunia. Seperti yang telah di perkirakan oleh IMF (*International Monetary Found*) bahwa ekonomi global minus diangka 3%. Dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19 ini sangat dirasakan oleh berbagai Negara. Seperti Negara Singapura yang minus 2,2%, Negara Hongkong yang minus 8,9%, Negara Uni Eropa 2,7%, dan juga negara China yang minus 6,8%.⁴

³ Aprista Ristyawati, *Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NRI Tahun 1945*, Jurnal Administrative Law & Governance, vol. 3 No. 2 Juni 2020

⁴ Ibid.

Proyeksi perekonomian di Indonesia pada tahun 2020 ini sangat sulit dicapai untuk posisi 5%.⁵ Pada kuartal 4 tahun 2019, Indonesia mencapai 4,97%. Kemudian angka tersebut turun menjadi 2,97% pada kuartal 1 tahun 2020. Karena pada kuartal 1 ini sudah mulai aktif diberlakukannya PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar yang diterapkan di beberapa daerah, salah satunya ada di ibu kota, Jakarta. Nilai 2,97% itu nilai yang sangat jauh dari target yang diharapkan, yaitu 4,5% sampai 4,6%. Pada kuartal 1 tahun 2020 sumber pertumbuhan ekonomi yang paling besar adalah sector informasi dan komunikasi yang naik sebesar 0,53%.⁶ Hal ini dikarenakan banyaknya himbauan yang berikan oleh pemerintah agar masyarakat tetap dirumah agar tidak banyak yang tertular Covid-19 .

Berbincang mengenai teknologi, saat ini sudah banyak sekali teknologi yang berkembang di dunia. Bahkan tidak sedikit orang yang menggunakan teknologi sebagai bisnis maupun sumber penghasilan mereka seperti contoh mahasiswa. Sudah banyak sekali dijumpai di berbagai perguruan tinggi yang mahasiswanya mencari atau melakukan pekerjaan sampingan dengan memanfaatkan teknologi – teknologi canggih saat ini.

Dengan memanfaatkan teknologi ini sangat dapat mempermudah untuk mengembangkan bisnis, salah satunya dari segi memasarkan barang

⁵ Gallyn Ditya Manggala, *Analisis Perkembangan Dan Proyeksi Perekonomian Indonesia Dari Tahun 2014 – 2020 Setelah Adanya Pandemi Corona*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEBSIS), Vol. 2 No. 1 Mei 2020

⁶ Abdurrahman Firdaus Thaha, *Dampak Covid – 19 Terhadap UMKM di Indonesia*, Jurnal Brand Vol. 2 No. 1 Juni 2020

atau jasa. Saat ini banyak sekali yang menggunakan sosial media sebagai media untuk memasarkan bisnisnya karena dinilai murah, efektif, serta mampu meningkatkan pangsa pasar. Namun, dalam berbisnis juga harus dibarengi dengan hukum syariat islam agar baik penjual maupun pembeli mendapatkan faedah dan tidak saling merugikan.⁷

Di dunia teknologi seperti saat ini sering dijumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang, serta tidak professional. Sangat perlu dikaji bagaimana kegiatan perekonomian seperti pemasaran kepada masyarakat yang dilihat dari sudut pandang islam. Perspektif pemasaran dalam islam adalah ekonomi rabbani, realistis, humanis, dan keseimbangan. Inilah yang membedakan antara pemasaran konvensional dengan pemasaran syariah. Pemasaran syariah meyakini perbuatan seseorang akan diminta pertanggung jawabannya kelak. Selain itu pemasaran syariah mengutamakan nilai – nilai akhlak serta etika moral dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT. serta berusaha memaksimalkan kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan maupun kepentingan pribadi.⁸

Dengan adanya kemudahan serta kecanggihan teknologi saat ini, ada banyak sekali yang memanfaatkan hal tersebut, salah satunya adalah beberapa mahasiswa yang mencari pekerjaan sampingan dengan memilih berbisnis secara online atau bisnis online shop. Bisnis online shop ini bisa

⁷ Nuriawati, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah*, Jurnal Izzi Vol. 1 No. 1 Tahun 2021

⁸ Muhammad Irham Ilahi, Skripsi : *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan pada Toko Shosolicus Indonesia*, UIN Alauddin Makassar, tahun 2019

dibilang bisnis yang tidak terlalu rumit. Meskipun bisnis ini merupakan bisnis yang menggunakan teknologi maupun aplikasi yang tersedia di handphone, namun tidak terlepas dari strategi – strategi yang akan digunakan oleh pemiliknya untuk melancarkan bisnis yang mereka lakukan.

Salah satu perguruan tinggi yang mahasiswanya melakukan bisnis online shop adalah IAIN Tulungagung. Adapun jumlah mahasiswa di IAIN Tulungagung pada tahun 2017 – 2020 adalah sebagai berikut :

Daftar Tabel 1.1
Tabel jumlah mahasiswa IAIN Tulungagung tahun 2017 – 2020

No.	Fakultas	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
1.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	1.860	1.566	1.739	.1271
2.	Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum	274	404	533	803
3.	Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah	443	782	1.208	1.262
4.	Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	1.879	2.295	1.967	1.812
Jumlah		4.456	5.047	5.447	5.148

Sumber: data diolah pada tahun 2021

Di dunia teknologi seperti saat ini sering dijumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang, serta tidak professional. Sangat perlu dikaji bagaimana kegiatan perekonomian seperti pemasaran kepada masyarakat

yang dilihat dari sudut pandang islam. Perspektif pemasaran dalam islam adalah ekonomi rabbani, realistis, humanis, dan keseimbangan. Inilah yang membedakan antara pemasaran konvensional dengan pemasaran syariah. Pemasaran syariah meyakini perbuatan seseorang akan diminta pertanggung jawabannya kelak. Selain itu pemasaran syariah mengutamakan nilai – nilai akhlak serta etika moral dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT. serta berusaha memaksimalkan kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan maupun kepentingan pribadi.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Izzati dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “*Motif Penggunaan Gadget sebagai Sarana Promosi Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga*” menyatakan bahwa banyak dari beberapa mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang juga menjalankan bisnis berbasis online.¹⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Alfin dalam jurnalnya yang berjudul “*Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19*” yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa di sektor bisnis UMKM juga mengalami penurunan penjualan saat Covid-19.¹¹

⁹ Muhammad Irham Ilahi, Skripsi : *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan pada Toko Shosolicus Indonesia*, UIN Alauddin Makassar, tahun 2019

¹⁰ Nurul Izzati, “*Motif Penggunaan Gadget sebagai Sarana Promosi Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga*”, Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Vol. 02 No. 5 Juli 2015

¹¹ Achmad Alfin, “*Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid – 19*” Jurnal Inovasi Penelitian Vol. 1 No. 08 2021

Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah Nur Arifah dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “*Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online*” menjelaskan bahwa social media saat ini berperan sangat penting dalam *digital marketing* produk maupun jasa yang pada khususnya seperti bisnis online.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Haris Imawan dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Penjualan Produs Bersaing di Toko Saudi Store Batoh*” yang dalam penelitiannya juga menggunakan strategi pemasaran 4P sebagai strategi pemasaran syariah.¹³ Penelitian yang dilakukan oleh Ria Resti Ridhawati dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Rabbani Semarang*” yang dalam penelitiannya yang melakukan promosi penjualan dengan mengadakan promo.¹⁴

Namun, dengan adanya pandemic seperti saat ini maka diperlukan strategi baru yang harus dilakukan agar bisnis yang dijalankan tetap bisa berkembang. Seperti yang kita ketahui bahwa dengan adanya Covid-19 yang menyebar di Indonesia, membuat pemerintah menerapkan berbagai kebijakan yang baru. Salah satunya mengenai keuntungan yang mulai mengalami penurunan secara drastic. Hal itu menyebabkan banyaknya

¹² Fatimah Nur Arifah, *Analisis Sosial Media Sebagai Sarana Marketing Digital dalam Bisnis online*, Jurnal Informasi & Pengembangan IPTEK, Vol. 11 No. 2 2015

¹³ Haris Himawan, Skripsi : “*Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Penjualan Produk Bersaing di Toko Saudi Stroe Batoh*”, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Tahun 2019

¹⁴ Ria Resti Ridhawati, Skripsi: “*Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Rabbani Semarang*”, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2015

karyawan yang di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) maupun di rumahkan sementara.

Adanya keputusan pemutusan hubungan kerja dari perusahaan kepada karyawan dikarenakan semakin menipisnya permintaan dari konsumen terhadap barang maupun jasa dari perusahaan tersebut. Yang berarti pemasukan perusahaan tersebut juga sedikit. Maka dari itu banyak dari beberapa perusahaan maupun lembaga yang memiliki karyawan banyak lebih memilih mengurangi karyawannya agar tetap bisa memproduksi walaupun dalam jumlah sedikit. Disisi lain perusahaan tersebut juga harus membayar gaji pegawai yang masih bekerja di perusahaan tersebut.¹⁵ Hal ini membuat banyak masyarakat kehilangan sumber pendapatan ataupun pendapatan menjadi lebih sedikit. Pandemic Covid-19 secara langsung dapat berdampak terhadap pendapatan masyarakat di Indonesia. Sebanyak 84% masyarakat Indonesia merasakan penurunan pendapatan.¹⁶ Dengan adanya problem tersebut, maka kegiatan transaksi jual beli menjadi melemah.

Pentingnya penyelesaian dalam permasalahan ini adalah agar para pemilik usaha bisnis online tetap bisa menjalankan usahanya dengan menggunakan berbagai strategi – strategi baru yang akan atau sudah diterapkan oleh pemilik usaha walaupun dengan masih mewabahnya Covid-19 ini yang tentunya sesuai dengan syariah. Apalagi melihat saat

¹⁵ Syafrida, Safrizal, Reni Suryani, *Pemutusan Hubungan Kerja Masa Pandemi Covid – 19 Perusahaan Terancam Dapat Dipailitkan*, Journal Of Law, Vol. 3 No. 1 Agustus 2020

¹⁶ Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2020/06/26/122922726/survei-84-persen-masyarakat-akui-pendapatan-turun-karena-corona>

ini sudah banyak sekali fitur – fitur baru yang diciptakan untuk memudahkan antara produsen dengan konsumen.

Adapun alasan peneliti memilih mahasiswa IAIN Tulungagung sebagai subjek penelitian adalah karena peneliti ingin mengetahui mengenai cara atau strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh mahasiswa yang melakukan pekerjaan sampingan berupa membuka bisnis online. Oleh karena itu, penelitian ini ingin memfokuskan mengenai cara atau strategi - strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh pemilik bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung ditengah mewabahnya pandemic Covid-19 .

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung ?
2. Apa dampak yang dirasakan oleh pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 ?
3. Strategi pemasaran syariah bisnis online apa yang digunakan pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 untuk meningkatkan penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perkembangan bisnis online shop di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dampak yang dirasakan oleh pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 .
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang digunakan pemilik bisnis online shop saat terjadinya wabah Covid-19 untuk meningkatkan penjualan.

D. Pembatasan Masalah

Adanya batasan masalah pada penelitian ini adalah untuk menghindari adanya pembahasan yang terlalu berlebihan, yang tidak terkendali, maupun keluar dari tujuan penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas mengenai apa saja yang tercantum dalam rumusan masalah penelitian, yaitu mengenai perkembangan bisnis online di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung, dampak apa yang dirasakan oleh pemilik bisnis online shop yang dalam hal ini adalah mahasiswa saat terjadinya wabah Covid-19 , dan strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh pemilik bisnis online shop saat terjadinya Covid-19 agar usahanya tetap berjalan. Maka dalam penelitian ini diperlukan batasan agar terfokus untuk membahas apa yang sudah menjadi tujuan dari penelitian ini. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah berfokus mengenai strategi yang dilakukan atau yang digunakan oleh pemilik bisnis online shop yang dalam hal ini adalah mahasiswa IAIN Tulungagung

dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan penjualan bisnisnya di masa pandemic Covid-19 .

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbabagi pihak, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis yang diperoleh adalah dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai bagaimana strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh para pemilik atau owner bisnis online shop yang ada di kalangan mahasiswa di masa pandemic Covid-19 ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pemilik usaha bisnis online

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan pertimbangan dalam langkah – langkah mengembangkan bisnis atau dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan jika menggunakan strategi bisnis yang lain.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat membantu peneliti selanjutnya untuk melihat perkembangan bisnis online jika dilihat dari strategi – strategi yang digunakan oleh pemilik bisnis online pada saat terjadinya wabah Covid-19 .

c. Bagi akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran, bahan kajian, rujukan, dan dapat menambah sumber referensi bagi IAIN Tulungagung, bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), serta jurusan Ekonomi Syariah pada khususnya.

d. Bagi Peneliti

Bagi peneliti hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan serta pengalaman tersendiri mengenai strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh beberapa pemilik bisnis online yang dalam hal ini adalah mahasiswa IAIN Tulungagung dalam menghadapi adanya pandemic Covid-19 .

F. Definisi Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi pemasaran Syariah: suatu disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stake holdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip – prinsip muamalah dalam islam.¹⁷

¹⁷ Siti Kalimah dan Nur Fadilah, *Marketing Syariah*, (Banyuwangi : LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi, 2017), hlm 22

- b. **Bisnis online** : bisnis online shop dapat diartikan sebagai bisnis yang menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk maupun jasa. Dalam produk barang seperti pakaian, produk digital, dan makanan. Sedangkan untuk produk jasa seperti jasa desain grafis dan jasa pemasangan iklan.¹⁸

2. Definisi Operasional

Berdasarkan definisi secara konseptual diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran bisnis online adalah suatu strategi atau cara yang diputuskan oleh pemimpin puncak guna mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah konsumen yang dilakukan dengan memanfaatkan media social internet dalam proses pemasaran produknya sehingga transaksi antara penjual dan pembeli dapat terjadi.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan hasil penelitian ini menggunakan pedoman penyusunan skripsi dari Institut Agama Islam Negeri Tulungagung guna memudahkan dalam menyusun sistematika penelitian. Dalam sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian inti, dan juga bagian akhir.

Pada bagian awal penelitian terdiri dari halaman sampul depan, pernyataan keaslian tulisan, halaman persetujuan, halaman pengesahan

¹⁸ James Timothy, *Membangun Bisnis Online*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 2

penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan juga abstrak.

Adapun secara keseluruhan isi dari penulisan hasil penelitian meliputi 6 bab. Adapun rinciannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama pendahuluan ini terdiri dari beberapa subbab, antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan juga kerangka berpikir. Dalam landasan teori terdiri dari dua anak subbab, yaitu mengenai strategi pemasaran syariah dan bisnis online.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisi data, pengecekan keabsahan temuan, serta tahapan – tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab keempat ini terdiri dari paparan data dan juga temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab kelima ini terdiri dari 3 hal atau yang tercantum dalam focus masalah yaitu mengenai perkembangan bisnis online di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung, dampak yang dirasakan pemilik bisnis online shop saat ada pandemic Covid-19 serta strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh pemilik bisnis online shop dalam mengembangkan usahanya ditengah pandemic Covid-19 .

BAB VI PENUTUP

Pada bab keenam atau terakhir ini terdiri dari kesimpulan dan saran.