

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Fenomena yang terjadi pada era masa kini yaitu penjualan secara daring dan luring. Perusahaan ritel saat ini mendistribusikan produk secara eksklusif melalui akses dua arah yaitu situ yang tersedia 24 jam sehari dan tujuh hari dalam seminggu. Poloian (2009) menjelaskan strategi distribusi multi-saluran merupakan kombinasi saluran distribusi melalui penjualan di toko atau gerai yang memiliki bangunan disebut *brick and mortar stores*, pemesanan melalui katalog disebut sebagai *mail-order catalogues* dan penjualan terhubung melalui internet dalam memberikan pelayanan dan pengiriman produk kepada konsumen.

Salah satu toko yang menggunakan telah menggunakan multi-saluran adalah toko Alfamart (PT. Alfaria Trijaya, Tbk). Alfamart berdiri pada tanggal 22 februari 1989 oleh Djoko Susanto. Alfamart memiliki 10.666 jaringan mini market bentuk Kerjasama waralaba sebanyak 3.070. Alfamart sendiri telah membuat perubahan besar dengan mengembangkan penjualan mereka dengan cara memulai dengan berjualan di multi-saluran yaitu dengan membuka aplikasi sendiri yang bernama Alfagift. Alfagift adalah fitur yang memudahkan konsumen berbelanja dari gawai lalu memesan lewat dari aplikasi Alfagift dan ada pilihan apakah barang yang dipesan ingin diantar atau diambil digerai Alfamart terdekat.

Alfamart telah mengembangkan sistem ini sesuai dengan zaman yang dimana hamper semua kegiatan pada saat ini bisa melalui daring. Dengan adanya aplikasi ini sangat memudahkan konsumen

Tabel Pritets 1.1.

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tidak</b>	<b>Ya</b>
1	Apakah anda mengetahui aplikasi Alfagift?	34,4%	65,6%
2	Apakah anda menggunakan Alfagift?	46,9%	53,1%
3	Apakah anda lebih menyukai berbelanja di Alfagift dibanding di Alfamart?	51,6%	48,4%

Data diolah oleh penulis tahun 2022

Berdasarkan tabel survey awal, peneliti melakukan *pretest* dengan menyebarkan kuesioner dengan menyebarkan kuesioner kepada 32 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa didapat sebanyak 53,1% orang atau 17 orang dari 32 responden yang mengisi menggunakan Alfagift. Namun, sebanyak 51,6% orang 17 orang dari 32 responden lebih menyukai berbelanja di Alfamart dibandingkan dengan Alfagift. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa reponden mengetahui dan menggunakan aplikasi Alfagift, namun, sebagian besar orang lebih menyukai berbelanja di Alfamart dibandingkan Alfagift hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi dan *consumer trust* terhadap kedua saluran masih harus diteliti lebih lanjut.

Mowen & Minor (2013) menyebutkan *consumer trust* sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. *Consumer trust* pada dasarnya merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan.

*Perceived confidence* pada toko luring, toko luring adalah toko fisik dimana para konsumen bisa langsung melihat produk yang ditawarkan. Konsumen bisa memilih sendiri model yang diinginkan, mencoba dengan ukuran yang sesuai serta mengetahui kualitas yang digunakan. Dalam lingkungan daring atau luring, *trust* didasarkan pada hubungan antara konsumen dengan penjual dan berkembang seiring waktu. Saat sebelum adanya kemunculan internet, perusahaan atau pelaku usaha menerapkan strategi pemasaran secara manual atau bertemu langsung secara tatap muka dengan konsumen dan juga terbatas, model pemasaran tersebut disebut luring.

*Perceived confidence* di toko daring menurut Sari (2015) toko daring adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara daring tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. *Consumer trust* toko luring merupakan kesediaan konsumen untuk bergantung pada pihak lain dan rentan terhadap tindakan pihak lain selama proses belanja daring, dengan harapan bahwa pihak lain akan melakukan praktek yang dapat diterima dan akan dapat memberikan produk dan layanan yang dijanjikan (McKnight et al., 2007).

Dalam *consumer trust* terhadap toko luring, konsumen akan mempunyai niat pencarian informasi pada toko daring sebelum melakukan pembelian, menurut Jogiyanto (2007) niat adalah keinginan untuk melakukan perilaku. Niat pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan memulai mencari informasi yang tersimpan didalam ingatannya. Konsumen akan memulai mencari informasi dari web, internet, konsumen akan mencari berbagai informasi seperti jenis produk, berbagai merek, berapa harga, dimana tempat membeli dan bagaimana cara pembayarannya.

Niat beli merupakan keinginan konsumen untuk perilaku dengan cara tertentu yang bertujuan untuk memiliki, membuang dan menggunakan barang ataupun jasa. Sedangkan menurut Schiffman & Wisenblit (2015), niat membeli sering disebut komponen konatif pada sikap yang berkaitan dengan kemungkinan konsumen untuk membeli produk.

Islam adalah agama yang memiliki ajaran komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syari'ah islam merangkum seluruh aspek kehidupan. Baik ritual maupun sosial ekonomi (mu'amalah). Sedangkan universal bermakna bahwa syari'at islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai datangnya hari akhir. Kegiatan sosial ekonomi (bermu'amalah) dalam islam mempunyai cakupan yang sangat luas dan fleksibel. Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidang mu'amalah, yakni bidang yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia.

System perekonomian islam saat ini lebih dikenal dengan fiqih mu'amalah. Fiqih mua'malah adalah aturan-aturan (hukum) Allah yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan kehidupan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi sosial kemasyarakatan. Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidang mu'amalah yakni bidang yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia,

System perekonomian islam saat ini lebih dikenal dengan fiqih mu'amalah. Fiqih mua'malah adalah aturan-aturan (hukum) Allah yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan kehidupan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi sosial kemasyarakatan. Kegiatan penjualan atau perdagangan dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam bidang mu'amalah yakni bidang yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia,

Perspektif agama aktivitas penjualan atau perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah digariskan oleh agama bernilai ibadah. Dengan perdagangan selain mendapatkan ketentuan-ketentuan material guna memenuhi kebutuhan ekonomi seorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Anjuran untuk melakukan kegiatan penjualan atau perdagangan hal ini dijelaskan pada Al-Qur'an surat 02:198 sebagai berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ<sup>ط</sup> فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ  
عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ<sup>ط</sup> وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْكُمْ<sup>ع</sup> وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

*Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu (pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyarilharam.60) Berzikirlah kepada-Nya karena Dia telah memberi petunjuk kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.*

Tafsir menurut Al-Muyassar yaitu, tidak ada dosa atas diri kalian untuk mencari rezeki dari tuhan kalian dengan mengambil keuntungan dari perniagaan pada hari haji. Apabila kalian telah bertolak setelah terbenamnya matahari meninggalkan Arafah, yaitu tempat yang menjadi tempatwukuf bagi Jemaah haji pada tanggal Sembilan Dzulhijjah, maka ingatlah Allah dengan bertasbih, talbiah, dan berdoa di sisi masy'aril haram (di Muzalifah). Dan sebutlah Allah dengan cara benar yang dituntunkan Allah bagi kalian kepadanya, dan sesungguhnya dia dahulu sebelum berada di dalam kesesatan, sehingga tidak mengenai kebenaran.

Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah yaitu, tidak mengapa bagi kalian untuk mencari rezeki dari keuntungan berdagang pada hari-hari pelaksanaan haji, dan barang siapa yang beranjak dari Arafah menuju Muzdalifah, maka berdzikirlah kepada Allah sesuai dengan tuntunan Rasulullah. Dan kalian sebelum mendapatkan petunjuk adalah orang-orang yang jahil dan jauh dari kebenaran.

Adapun tafsir menurut Ash-Shaghir yaitu, (bukanlah suatu dosa bagi kalian) kesalahan (mencari karunia) mencari rezeki yang halal (dari Tuhan kalian (pada musim haji). Apabila kalian bertolak dari Arafah, kalian bertolak kembali dari Arafah setelah terbenam matahari (berzikirlah kepada Allah di Masyaril Haram) yaitu Muzdalifah (berzikirlah kepadanya karena dia telah memberi petunjuk kepada kalian meskipun sebelumnya kalian benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.

Hal ini didasarkan pada hadist yang diriwayatkan (HR. Sunan Abu Dawud No. 1471-Kitab Manasik)

حَدَّثَنَا يُوسُفُ بْنُ مُوسَى حَدَّثَنَا جَرِيرٌ عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي زِيَادٍ عَنْ مُجَاهِدٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَبَّاسٍ قَالَ قَرَأَ هَذِهِ الْآيَةَ {لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ} قَالَ كَانُوا لَا يَتَّجِرُونَ بِيَمْنَى فَأَمَرُوا بِالتَّجَارَةِ إِذَا أَفَاضُوا مِنْ عَرَفَاتٍ }

*Telah menceritakan kepada Kami Yusuf bin Musa telah menceritakan kepada Kami Jarir dari Yazid bin Abu Ziyad dari Mujahid dari Abdullah bin Abbas, ia membaca ayat "Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu." Ia berkata; dahulu mereka tidak mengadakan perdagangan di Mina, setelah ayat ini turun mereka diperintahkan untuk mengadakan perdagangan setelah mereka selesai dari arafat. (HR. Sunan Abu Dawud No. 1471-Kitab Manasik)*

Uraian diatas dapat dipahami bahwa penjualan atau perniagaan dalam perspektif islam adalah suatu kegiatan yang dapat kita lakukan untuk mencari rezeki yang halal di jalannya Allah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai “*Consumer Trust* Pada Toko Luring dan *Perceived confidence* Di Toko Daring Serta Niat Pencarian Informasi Pada Toko Daring Terhadap Niat beli Pada Toko Alfamart”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin berusaha memnuhi rekomendasi tersebut dengan mengajukan pernyataan:

1. Apakah ada pengaruh antara *consumer trust* pada toko luring terhadap niat pencarian informasi
2. Apakah ada pengaruh antara *perceived confidence* di toko daring terhadap niat pencarian informasi
3. Apakah ada pengaruh antara niat pencarian informasi terhadap niat beli konsumen
4. Apakah ada pengaruh antara *consumer trust* pada toko luring terhadap niat beli konsumen
5. Apakah ada pengaruh antara *Perceived confidence* pada toko daring terhadap niat beli konsumen
6. Apakah ada pengaruh antara *consumer trus* terhadap toko luring dengan niat beli yang dimediasi oleh niat pencarian informasi
7. Apakah ada pengaruh antara *Perceived confidence* di toko daring dengan niat beli yang dimediasi oleh niat pencarian informasi
8. Bagaimana pengaruh *consumer trust* pada toko luring, *Perceived confidence* di toko daring, niat pencarian informasi dan niat beli menurut perspektif islam



### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *consumer trust* pada toko luring terhadap niat pencarian informasi
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *perceived confidence* di toko daring terhadap niat pencarian informasi
3. Untuk mengetahui pengaruh antara niat pencarian informasi terhadap niat beli konsumen
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *consumer trust* pada toko luring terhadap niat beli konsumen
5. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived confidence* pada toko daring terhadap niat beli konsumen
6. Untuk mengetahui pengaruh antara *consumer trust* terhadap toko luring dengan niat beli yang dimediasi oleh niat pencarian informasi
7. Untuk mengetahui pengaruh antara *Perceived confidence* di toko daring dengan niat beli yang dimediasi oleh niat pencarian informasi
8. Untuk mengetahui pengaruh antara *consumer trust* pada toko luring, *Perceived confidence* di toko daring, niat pencarian informasi dan niat beli menurut perspektif islam

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **A. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara luring ditoko daring Alfamart agar dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

##### **B. Manfaat bisnis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang berguna bagi masyarakat tentang bagaimana cara mereka membangun kepercayaan terhadap pembelian di toko luring Alfamart maupun toko daring, dapat membandingkan antara belanja daring serta belanja luring.