

# Proceeding's Book of



BORNEO UNDERGRADUATE ACADEMIC FORUM (BUAF)



People and Science In The Covid-19 Pandemic Outbreak

## BOOK 4

### ***Digital Islamic Economics***

By:

**Kiranda Okti Eka Putri**  
**Muhammad Fakhruhi Fahmi**  
**Jumiati**

## **BOOK 4**

*List*

	Kiranda Okti Eka Putri	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta	Tingkat Minat Belanja dengan Menggunakan e-commerce pada Masa Pandemi Covid-19: Minat Belanja Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta
Digital Islamic Economic	Muhammad Fakruhi Fahmi	IAIN Palangkaraya	Challenges of Working in Modern Society in the New Normal and Digital Market (Ethical-Religious Approach)
	Jumiati	UIN Antasari Banjarmasin	Perilaku Konsumsi Mahasiswa UIN Antasari terhadap Promo Bulanan Shopee pada Masa Pandemi Covid-19 (Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam)

Editors : Prof. Dr. Zenuddin Hudi Prasajo, MA.  
: Prof. Dr. Ibrahim, MA.  
: Elmansyah, M.S.I.  
Reviewers : Dr. Faizal Amin, MA.  
: Dr. Yusriadi, MA.  
: Dr. Erwin Mahrus, MA  
: Dr. Muhammad Edi Kurnanto, MA.  
: Rasiam, MA.  
: Didi Darmadi, M.Lett.

Penerbit : IAIN Pontianak Press  
ISBN : xxx-xxxxxxxx-xx

## KATA PENGANTAR

### ***EXPERIENCE IS THE BEST TEACHER: BELAJAR DARI PANDEMI***

By. *Ibrahim@ab\_irhamiy*

*Experience is the best teacher*, sebuah term yang mengajarkan sedikitnya dua hal dalam kehidupan ini. *Pertama*, bahwa hidup ini adalah proses mengalami dan membangun pengalaman atas segala peristiwa yang dilalui. Setiap orang, tak terkecuali kita semua akan senantiasa mengukir sejarah dan pengalaman diri dalam hidup. Menjalani dan melewati sebuah keadaan, seperti apa pun itu. Inilah yang disebut dengan pengalaman (*experience*); *kedua*, setiap peristiwa hidup yang dihadapi dan dilalui sesungguhnya memberikan pengajaran penting bagi setiap kita. Mendidik kita untuk kuat dan tegar menghadapi tantangan dan hambatan. Mendidik kita untuk kreatif dan inovatif menemukan solusi atas segala permasalahan. Atau bahkan menciptakan trobosan baru atau temuan-temuan baru sebagai respon terhadap situasi dan kondisi sulit yang dihadapi.

Dengan perkataan lain, belajar dengan mengalami sendiri jauh lebih berkesan dibandingkan dengan hanya mendengarkan cerita. Belajar melalui pengalaman nyata justru akan melahirkan kesadaran diri yang kuat akan nilai-nilai tertentu. Sebab pengalaman menjadi modal untuk seseorang mengantisipasi segala tantangan dan hambatan. Pengalaman menjadi pijakan bagi setiap orang menciptakan kreasi dan inovasi yang lebih baik, lebih baru dan senantiasa *up to date*.

*Experience is the best teacher* menjadi sebuah terminology yang sesuai dengan kondisi kita saat ini, kondisi bangsa dan negara yang telah hamper dua tahun ini berhadapan dengan situasi pandemic covid-19. Situasi kondisi kebencanaan nasional (darurat nasional-pandemik) yang telah menggoyahkan sendi-sendi kehidupan sosial, bermasyarakat dan berbangsa. Situasi yang cukup mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan social kita, termasuk politik, ekonomi, kebudayaan, berbangsa dan bernegara dalam kurun waktu hampir 2 tahun ini.

Situasi pandemic covid-19 sesungguhnya realitas hidup yang tidak bias kita pungkiri, bahkan tidak dapat kita hindari kehadirannya selama hamper dua tahun ini. Menjadi ancaman kesehatan, social, ekonomi, politik dan kebudayaan juga iya. Tapi di balik semua itu, mengalami masa-masa pandemic

covid-19 menjadi pembelajaran hidup yang luar biasa penting. Covid-19 mengajarkan kepada kita pentingnya nilai-nilai kebersamaan dalam hidup, saling memelihara dan menjaga kesehatan diri dan orang lain. Saling peduli dan menguatkan satu sama lain. Saling melindungi dan mengayomi. Bahkan saling berbagi dan bersinergi untuk kebaikan dan keselamatan diri dan negeri.

Situasi pandemic covid-19 membuka mata hati setiap kita bahwa apapun kesombongan diri dan merasa hebat atas capaian prestasi dan prestise, tidak berarti apa-apa di hadapan kekuasaan sang Khlaik. Kita manusia sama sekali tidak ada kekuatan apa pun selain kuasa sang Pencipta yang merupakan sumber segala kekuatan., tempat segala makhluk berasal dan kembali, termasuk virus penyakit semacam coronavirus.

Pandemic covid-19 yang telah menggoncang “kesombongan” masyarakat dunia atas segala capaian prestasi dan prestise, kecanggihan teknologi dan ilmu pengetahuan insani, pada akhirnya tidak akan berlutuk melawan kuasa *Ilahi Rabbi*. Kuasa Nya yang menciptakan dan mengirimkan makhluk supra natural untuk mengingatkan dan mendidik seluruh penghuni bumi, bahwa tak satu pun kita layak menyombongkan diri, menindas dan menjajah bangsa lain dengan dalih kemajuan dan kecanggihan teknologi.

Realitas pandemic covid-19, dan respon kita dalam menghadapi dan menyesuaikan diri, sesungguhnya menjadi guru yang penting dalam kehidupan kita hari ini. Pandemic telah menjadi guru yang mengajarkan kita untuk melek teknologi komunikasi digital, mengajarkan setiap kita untuk mampu beradaptasi dengan situasi apa pun, termasuk literasi media dan komunikasi digital. Bahkan realitas pandemic juga mengajarkan kita akan arti penting bersinergi dan berkolaborasi, menjaga diri dan saling melindungi, terus berkreasi dan berinovasi dalam segala hal dan situasi yang dihadapi. Inilah sesungguhnya makna terdalam dari istilah pengalaman menjadi guru yang terbaik (*experience is the teacher*).

Pengalaman adalah guru yang terbaik, menjadi semakin nyata ketika membaca tulisan para mahasiswa di forum BUAF (*Borneo Undergraduate Academic Forum*) ini. Sebab, semua tulisan yang diterbitkan dalam prosiding BUAF5 ini menentangahkan kajian dan diskusi yang menarik terkait dengan situasi pandemic covid-19. Kemampuan menyikapinya dan melakukan berbagai adaptasi di tengah situasi pandemic sebagaimana tema besarnya. Karena itu semua artikel yang dipresentasikan melalui kegiatan ilmiah BUAF5, dan

diterbitkan dalam prosiding yang ada di tangan pembaca ini, tidak lain adalah respon nyata terhadap situasi pandemic yang sedang terjadi. Kreasi dan inovasi yang dihasilkan oleh masyarakat kita dalam menyikapi situasi pandemic, dalam bidang apa pun, mulai dari pendidikan, sosial, ekonomi, politik, kebudayaan, pendidikan, kesehatan, bahkan komunikasi dan informasi digital dan digitalisasi teknologi komunikasi.

Membaca dan meriview artikel mahasiswa dalam prosiding ini meneguhkan makna penting dari terminology pengalaman adalah guru terbaik (*experience is the best teacher*).

Sebagai panitia penyelenggara dan tuan rumah, kami sangat bangga atas partisipasi dan apresiasi yang diberikan oleh semua pihak. Dengan setulus hati kami ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut serta menyukseskan pagelaran BUA5 di IAIN Pontianak, teristimewa delegasi PTKIN se-Borneo yang merupakan anggota inti BUA5, delegasi dari Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta yang ada di seluruh wilayah Indonesia (Nasional) dan delegasi dari Perguruan Tinggi Luar Negeri. Kontribusi anda semua kami dokumentasikan dalam 21 (Duapuluh Satu) chapter books Prosiding ini.

Akhirnya, selamat kami ucapkan kepada semua mahasiswa yang telah berpartisipasi dalam presentasi ilmiah BUA5, yang telah berhasil merampungkan kajian dan artikelnya hingga siap publis di prosiding ini. Teruslah mengkaji, belajar, meneliti, menulis dan berkarya tanpa henti, hingga batas pengalaman hidup yang harus mengakhiri.

**Panitia, 02 Desember 2021**





## **Tingkat Minat Belanja Menggunakan *e-commerce* pada Masa Pandemi Covid-19: Minat Belanja Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta**

**Kiranda Okti Eka Putri**

UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

[\(kirandaokti@gmail.com\)](mailto:kirandaokti@gmail.com)

### **ABSTRAK:**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat minat belanja mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta dengan menggunakan e-commerce pada masa pandemi, mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan mereka memilih platform untuk belanja online, pelayanan serta kemudahan apa saja yang mereka dapatkan saat belanja online, dan seberapa puas mereka saat melakukan belanja online. Belanja online sudah menjadi kebiasaan bagi sebagian orang karena kemudahan yang didapat. Banyak orang beranggapan bahwa belanja online menjadi sarana untuk mencari berbagai barang yang mereka butuhkan. Terlebih pada masa pandemi yang mengharuskan orang melakukan berbagai aktivitas secara daring. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan field research. Data yang diperoleh dengan menyebarkan angket atau kuesioner dan wawancara melalui WhatsApp kepada 75 responden dari mahasiswa aktif Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta mengenai tingkat minat belanja dengan menggunakan sistem e-commerce untuk dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat belanja online mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta dengan menggunakan e-commerce pada masa pandemi covid-19 mengalami penurunan. Meski demikian mereka tetap merasa puas dalam melakukan belanja online. Hal tersebut terjadi karena dengan belanja online melalui e-commerce terdapat berbagai kemudahan sehingga lebih efisien waktu dan tenaga saat bertransaksi. Kesesuaian barang pesanan serta respon dari penjual yang baik juga menjadi hal yang membuat mereka merasa puas dalam melakukan belanja online melalui e-commerce. Dalam melakukan belanja online dengan menggunakan e-commerce mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta mempertimbangkan beberapa hal penting di antaranya, yaitu bagaimana rating dan review pembeli terhadap penjual atau toko online, serta kecepatan pemilik toko atau penjual dalam membalas pesan dari pembeli.*

**KATA KUNCI:** minat belanja; *e-commerce*; covid-19

## PENDAHULUAN

Covid-19 kali pertama ditemukan di Wuhan, Tiongkok pada Desember 2019 dan di Indonesia pertama ditemukan pada Maret 2020, lalu mulai merebak ke seluruh penjuru negeri pada April 2020. Artinya sudah lebih dari satu tahun Indonesia dilanda pandemi Covid-19. *Corona Virus Diseases-2019* atau biasa disebut Covid-19 yaitu penyakit menular yang disebabkan dari *coronavirus*(COVID-19, t.t.). *Coronavirus* sendiri adalah suatu kelompok virus yang bisa menimbulkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis coronavirus dapat menyebabkan infeksi saluran pernafasan pada manusia sehingga menimbulkan gejala ringan seperti batuk pilek hingga gejala berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) (*QA for Public*, t.t.).

Seorang yang terpapar Covid-19 akan sembuh dalam kurun waktu 14-16 hari karena masa inkubasi Covid-19 selama 14 hari (M.K., 2020, hlm. 1). Tindakan yang dapat dilakukan untuk meminimalisir penyebaran Covid-19 yaitu dengan mematuhi protokol kesehatan, seperti lebih sering mencuci tangan yang baik dan benar, memakai masker, dan menjaga jarak (*physical distancing*). Pemerintah Indonesia telah menyerukan agar masyarakat Indonesia tetap mematuhi protokol kesehatan serta memberlakukan beberapa kebijakan seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dengan demikian, masyarakat diimbau agar tetap berada di dalam rumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak di luar rumah sehingga sebisa mungkin melakukan segala aktivitas dari dalam rumah.

Teknologi komunikasi dan informasi saat ini telah mengalami perkembangan yang pesat. Perusahaan media yang berasal dari Inggris bekerjasama dengan Hootsuite, mengemukakan fakta bahwa sebanyak 175,4 juta masyarakat Indonesia adalah pengguna aktif internet (Afrianto & Irwansyah, 2021, hlm. 11). Tingginya pengguna aktif internet di Indonesia membuktikan bahwa perkembangan teknologi internet dapat memberikan banyak kemudahan dalam segala aspek kehidupan. Hal tersebutlah yang melatarbelakangi banyaknya platform bermunculan, salah satu contohnya yaitu di bidang jasa jual beli. Sebagai salah satu platform yang cukup digemari masyarakat yaitu *e-commerce* atau toko *online*. Adanya pandemi Covid-19 menciptakan perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja.



*E-commerce* merupakan proses bisnis yang menggunakan teknologi elektronik sehingga dapat menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam transaksi elektronik (Aldin Akbar & Nur Alam, 2020, hlm. 1). Perkembangan *e-commerce* semakin pesat pada tahun 2000, ditandai dengan semakin banyak perusahaan di Amerika dan Eropa yang melakukan bisnis secara online (Sarwono & Prihartono, 2012, hlm. 6).

Di Indonesia *e-commerce* bermula dari hadirnya Indosat sebagai *Internet Service Provider* (ISP) pada tahun 1994. Sejak tahun 2010 hingga saat ini *e-commerce* terus berkembang dengan pesat, hingga saat ini bisa dikatakan sebagai era keemasan bagi *e-commerce* di Indonesia (*Toko Online di Indonesia, Sejarah dan Pengaruhnya*, t.t.). Pemerintah turut mendukung perkembangan *e-commerce* di Indonesia, hal tersebut ditunjukkan dengan dikeluarkannya Perpres No. 74 Tahun 2017 mengenai Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Inilah Sejarah Perkembangan E-commerce di Indonesia*, 2021).

Perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja dikarenakan selama pandemi Covid-19 pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Sehingga sebagian besar masyarakat lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce*. Proses belanja melalui *e-commerce* dilakukan dengan cara memesan barang yang akan dibeli pada platform *e-commerce*. Proses pembayaran barang yang hendak dibeli melalui *e-wallet*, transfer via ATM maupun *Mbanking* maupun *Cash on Delivery* (COD) (Juniar & Uci, 2021, hlm. 39). Berbagai kemudahan yang diperoleh konsumen saat berbelanja melalui *e-commerce* menjadi salah satu daya tarik bagi mereka.

Mahasiswa menjadi bagian konsumen dan pengguna layanan *e-commerce*. Sebagian mahasiswa tidak hanya menggunakan *e-commerce* untuk sekedar membeli kebutuhan mereka, tetapi juga menjual berbagai barang kebutuhan melalui *e-commerce*. Keuntungan serta kemudahan yang ditawarkan oleh berbagai *e-commerce* tentu saja menjadi salah satu alasan mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*. Hal tersebutlah yang kemudian menjadi daya tarik bagi penulis untuk mengkaji seberapa besar tingkat minat belanja mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta dengan menggunakan *e-commerce* pada masa pandemi Covid-19, mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan mereka memilih platform

untuk belanja *online*, pelayanan serta kemudahan apa saja yang mereka dapatkan saat belanja *online*, dan seberapa puas mereka saat melakukan belanja *online*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan *field research*. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang berasal dari orang-orang serta perilaku yang bisa diamati (Wayan Suwendra, 2018, hlm. 4). Data yang peneliti gunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data untuk memperoleh data primer, peneliti melakukan wawancara kepada mahasiswa aktif Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta secara *online* melalui WhatsApp. Selanjutnya peneliti juga menyebarkan angket atau kuesioner melalui Google Form kepada para responden. Sedangkan metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data sekunder yaitu dengan studi pustaka dari beberapa literatur yang dapat mendukung penelitian.

## **PEMBAHASAN**

### **Tingkat Belanja dengan Menggunakan *e-commerce* Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan serta memenuhi kebutuhannya (Elmansyah, 2014, hlm. 173). Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat tidak dapat terlepas dari semakin berkembangnya teknologi dan pemasaran. Pemenuhan kebutuhan seperti belanja yang dulunya dilakukan harus dengan mendatangi toko atau penjual secara langsung kini hal berbelanja dapat dilakukan melalui situs *online*.

Belanja *online* adalah sebuah aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media *online* atau situs *online* yang menyediakan berbagai barang yang dibutuhkan oleh masyarakat (Hartanto dkk., 2021, hlm. 175). Di Indonesia *e-commerce* mulai muncul pada tahun 2000-an. Namun, *e-commerce* baru dikenal luas dan diminati oleh masyarakat pada tahun 2014. Hal tersebut dibuktikan dengan maraknya perusahaan *start-up* di Indonesia seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Blibli dan lain sebagainya (Rakhmawati dkk., 2021, hlm. 32). Banyak faktor yang melatar belakangi

penggunaan *e-commerce* yang semakin meningkat setiap tahun. Berbagai faktor tersebut diantaranya yaitu harga barang yang relatif lebih murah, kualitas barang, kepercayaan pelanggan, lebih cepat dan efisien, serta berbagai pilihan metode pembayaran dan masih banyak faktor lain yang dapat melatarbelakangi masyarakat memilih berbelanja menggunakan *e-commerce*.

Pada tahun 2019, Kominfo mencatat bahwa pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia hingga mencapai 78% (KOMINFO, t.t.). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Paypal ada sebanyak 42% orang yang melakukan transaksi melalui *e-commerce* yang berusia 21-30 tahun. Dalam survei tersebut juga menunjukkan hasil bahwa sekitar 9% pelaku transaksi *e-commerce* berusia di bawah 20 tahun, sehingga masih berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa (*Pelaku e-commerce Didominasi Usia Muda / Databoks*, t.t.).

Kenyataan mengenai belanja *online* melalui *e-commerce* yang semakin mengalami peningkatan dari waktu ke waktu telah menjadi *life style* atau gaya hidup baru bagi sebagian besar masyarakat. Karl Marx adalah seorang ahli kapitalisme, ia mengemukakan sebuah teori bahwa sistem ekonomi kapitalistik memberikan dampak berupa perubahan antar kelas, mode produksi, dan perubahan gaya hidup (*life style*) masyarakat (Widiaputri, t.t., hlm. 7).

BI (Bank Indonesia) mencatat bahwa transaksi pada *e-commerce* mengalami peningkatan nyaris hingga dua kali lipat di tengah pandemi Covid-19 (Indonesia, t.t.). Kebijakan *lockdown* yang dilakukan mengakibatkan terganggunya aktivitas ekonomi secara tiba-tiba sehingga mendorong transaksi yang pada mulanya *offline* beralih ke *online* (Laming, 2020, hlm. 56).

### **Minat Belanja Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta**

Peneliti telah melakukan survei kepada 70 mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta melalui Google Form. Dari hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan mereka lebih memilih belanja *online* menggunakan *e-commerce* karena lebih mudah dan efisien. Kemudahan merupakan sejauh mana orang percaya bahwa dengan

menggunakan suatu teknologi maka akan terbebas dari usaha (Lestari & Hidayati, 2020, hlm. 137). Maka dapat dikatakan bahwa dalam menentukan suatu keputusan dibutuhkan sebuah kepercayaan. Apabila seseorang memiliki rasa percaya bahwa teknologi informasi dapat digunakan dengan mudah, maka orang tersebut akan menggunakannya. Akan tetapi, jika seseorang percaya bahwa teknologi informasi tidak mudah untuk digunakan, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya (Hartami Santi & Sudiasmo, 2020, hlm. 23). Kemudahan sangat berpengaruh terhadap perilaku belanja *online*. Kemudahan yang diberikan oleh *e-commerce* dapat membuat seseorang merasakan bahwa *e-commerce* sangat bermanfaat dan membantu dalam berbelanja sehingga mempengaruhi perilaku pembelinya (Hardiyanto dkk., 2020, hlm. 122).

Pada saat pandemi Covid-19 intensitas belanja *online* mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta melalui *e-commerce* mengalami penurunan dibandingkan pada saat sebelum pandemi Covid-19 melanda. Pandemi Covid-19 mengakibatkan terjadinya *economy shock*, yang berpengaruh terhadap ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan kecil, menengah, bahkan besar. Selain itu, perekonomian lokal, nasional, hingga global turut terdampak (Mustomi dkk., 2020, hlm. 52). Berdasarkan hasil survei yang peneliti lakukan bahwa sebagian besar mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta lebih jarang melakukan belanja *online* melalui *e-commerce*. Hal tersebut dikarenakan mereka lebih memilih untuk berhemat pada masa pandemi Covid-19 ini. Dalam situasi pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk lebih mempertimbangkan segala pengeluaran yang hendak dilakukan. Tingkat konsumsi masyarakat mengalami penurunan pada masa pandemi Covid-19 disebabkan oleh faktor finansial (Rohmah, 2020, hlm. 1375).

Dalam melakukan belanja *online* melalui *e-commerce* mayoritas mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta merasa puas. Teori kepuasan yaitu model penjelasan dari proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Hal tersebut merupakan dampak perbandingan antara harapan konsumen pada saat sebelum melakukan pembelian dengan setelah pembelian yang dilakukan konsumen (Dwiastuti dkk., 2012, hlm. 52). Engel berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi setelah konsumen melakukan pembelian. Selain itu, alternatif yang dipilih setidaknya sama atau justru melebihi harapan konsumen. Kemudian,

ketidakpuasan muncul akibat hasil yang tidak sesuai dengan harapan konsumen (Indahingwati, 2019, hlm. 5). Menurut Zeithaml kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya, yaitu kualitas jasa persepsi atas harga, serta faktor situasional, dan faktor personal. Kualitas produk yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen (Daryanto & Setyabudi, 2014, hlm. 90).

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian, yaitu mahasiswa Perbankan Syariaiah UIN Raden Mas Said Surakarta memilih belanja *online* dengan menggunakan *e-commerce* karena alasan kemudahan yang ditawarkan. Mahasiswa sebagai generasi milenial cenderung akan lebih memilih sesuatu yang bersifat mudah dan praktis, sesuai dengan apa yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Tingkat minat belanja *online* mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta dengan menggunakan *e-commerce* mengalami penurunan saat pandemi Covid-19. Penurunan yang terjadi diakibatkan oleh menurunnya finansial yang mereka alami. Mayoritas dari mereka cenderung memilih untuk lebih berhemat pada masa pandemi Covid-19. Selama melakukan belanja *online* dengan menggunakan *e-commerce* mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta merasakan kepuasan. Mereka merasa puas karena pelayanan dari penjual, harga yang cukup terjangkau serta kualitas produk yang baik.

Dalam situasi pandemi Covid-19 mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta diharapkan tetap bijak dalam menggunakan *e-commerce* untuk belanja *online*. Kemudahan yang ditawarkan *e-commerce* boleh jadi penyebab perilaku konsumtif di masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, mahasiswa Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta sebisa mungkin mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Pertumbuhan ekonomi yang belum stabil mengharuskan masyarakat untuk tetap berhemat pada masa Pandemi Covid-19.

## REFERENSI

Afrianto, A. P., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa

- Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis - JTEKSIS*, 3(1), 10–29. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>
- Aldin Akbar, M., & Nur Alam, S. (2020). *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Al-Haramain, E. (2014). *Paradigma Peradaban Islam dalam Tasawuf: Sebuah Pemaparan Awal*. STAIN Pontianak Press.
- COVID-19, W. R. P. (t.t.). *Tanya Jawab*. covid19.go.id. Diambil 28 Agustus 2021, dari <https://covid19.go.id/tanya-jawab?search=Apa+sebenarnya+COVID-19%3F>
- Daryanto, & Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Hardiyanto, N., Gunawan, A. I., Rafdinal, W., & Afif, N. C. (2020). Analisis Perilaku Belanja Online Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(3), 120–130. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i3.2246>
- Hartami Santi, I., & Sudiasmo, F. (2020). *Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use dan Actual Usage pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. CV. Jakad Media Publishing.
- Hartanto, I. S., Yuwono, A. R., & Ananda, R. (2021). Fenomena Perilaku Dan Sikap Belanja Offline Dan Online Shopping Pada Masyarakat Millenial Di Jakarta. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 3(2), 173–188. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v3i2.9427>
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. CV. Jakad Publishing.
- Indonesia, C. N. N. (t.t.). *Transaksi e-Commerce Naik Nyaris Dua Kali Lipat saat Pandemi*. ekonomi. Diambil 29 Agustus 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92->

561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi

- Inilah Sejarah Perkembangan E-commerce di Indonesia.* (2021, Februari 1). Xendit. <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>
- Juniar, A. M., & Uci, J. (2021). Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Kota Makassar. *Emik*, 4(1), 37–51. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.850>
- KOMINFO, P. (t.t.). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. Diambil 28 Agustus 2021, dari [http://content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](http://content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media)
- Laming, S. (2020). Tren E-Commerce Pada Era Pandemi Covid-19. *Humano: Jurnal Penelitian*, 11(2), 55–63. <https://doi.org/10.33387/hjp.v11i2.2323>
- Lestari, S. P., & Hidayati, M. (2020). Online Shop Yang Dilakukan Oleh Mahasiswa Di Kota Semarang Pada Masa Pandemi Covid 19. *Serat Acitya*, 1(2), 132.
- M.K., A. (2020). *Modeling and Predictions for COVID 19 Spread in India*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11427.81444>
- Mustomi, D., Puspasari, A., Azizah, A., & Wijayanti, D. (2020). Analisis Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 48–57.
- Pelaku e-commerce Didominasi Usia Muda | Databoks.* (t.t.). Diambil 28 Agustus 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/pelaku-e-commerce-didominasi-usia-muda>
- QA for public.* (t.t.). Diambil 28 Agustus 2021, dari <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>

- Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32–37. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.247>
- Sarwono, J., & Prihartono, K. (2012). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. PT. Elex Media Komputrindo Kelompok Gramedia.
- Toko Online di Indonesia, Sejarah dan Pengaruhnya*. (t.t.). Paper.id Blog. Diambil 31 Agustus 2021, dari <https://www.paper.id/blog/headline/toko-online-di-indonesia/>
- Wayan Suwendra, I. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Cv. Nila Cakra.
- Widiaputri, R. (t.t.). *Konstruksi Sosial Konsumen Mengenai Platform Belanja*. 19.