

PENGARUH COVID-19 TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS PADA JUAL BELI ONLINE WARDAH DAN VIVA)

Syarifah Salma Amini¹, Agus Purnomo², Zakiyah³

¹Program Studi Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 17510043

²Program Studi Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1124088504

³Program Studi Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1124028306
Email : syarifahsalma58@gmail.com / No. hp : 081346802194

ABSTRAK

Pengaruh covid-19 terhadap minat beli masyarakat pun ikut terdampak akibat pandemi yang dikarenakan pemasukan dana untuk memenuhi keinginan berkurang yaitu keinginan untuk membeli produk kosmetik wardah dan viva. Besarnya pengaruh covid-19 terhadap minat beli dapat dilihat pada keinginan masyarakat untuk membeli suatu barang seperti pada produk kosmetik, namun dengan kemajuan teknologi dapat memudahkan masyarakat dalam berbagai hal misalnya melakukan transaksi secara online yang artinya tidak perlu keluar rumah untuk membeli suatu produk. Produk kosmetik wardah yang saat ini paling banyak digunakan oleh wanita. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh covid-19 terhadap minat beli produk kosmetik pada mahasiswa remaja di sebuah universitas, yang dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti memilih 3 fakultas di Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin yang terletak di Kota Banjarbaru sebagai populasi untuk penelitian ini dengan mengambil sampel dari mahasiswa 3 fakultas tersebut, pada sampel tersebut dilakukan uji instrument dan uji model penelitian untuk melihat pengaruh tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap minat beli produk kosmetik. Pengaruh tersebut di karenakan pada masa pandemi ini harus mementingkan kebutuhan hidup terlebih dahulu dari pada keinginan, tidak dapat melihat produk secara langsung dengan pergi ke toko, serta menunda untuk membeli produk tersebut.

Kata Kunci : Covid-19; Minat Beli; Jual Beli Online

ABSTRACT

The influence of covid-19 on people's buying interest was also affected by the pandemic due to reduced income to fulfill desires, namely the desire to buy wardah and viva cosmetic products. The magnitude of the influence of covid-19 on buying interest can be seen in the public's desire to buy an item such as cosmetic products, but with advances in technology it can make it easier for people to do various things, for example doing online transactions, which means no need to leave the house to buy a product. Wardah cosmetic products are currently the most widely used by women. The purpose of this study was to see the influence of covid-19 on the interest in buying cosmetic product among teenage female students at a university, where this study used quantitative research methods. The researcher chose 3 faculties at the Islami University of Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin located in the city of Banjarbaru as the population for this study by taking samples from female students from the 3 faculties, the samples were tested for instruments and tested the research model to see the influence. The result of the study indicate that there is an influence on buying interest in cosmetic products. This influence is because during this pandemic one must prioritize the necessities of life over wants, cannot see the product directly by going to the store, and delay buying the product.

Keywords : Covid-19; Buying Interest; Buy and Sell Online

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 telah banyak mempengaruhi hidup masyarakat dunia terutama pada negara Indonesia, hal ini tentu saja tidak hanya berdampak pada kehidupan sosial sehari-hari masyarakat namun banyak sektor yang ikut terkena dampak akibat virus tersebut seperti pada pendidikan, budaya, keagamaan, sektor ekonomi dan lain-lain. Puncak dari semua kelumpuhan pada sektor ekonomi disebabkan karena hampir semua usaha telah ditutup untuk menghindari penyebaran covid-19, untuk menanggulangi agar berkurangnya masyarakat yang terpapar virus covid-19 maka pemerintah membuat kebijakan-kebijakan yang mengatur kegiatan masyarakat di luar rumah seperti pada salah satu kebijakan yang diaplikasikan oleh pemerintah yakni merupakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebiasaan yang dulu sering dilakukan berubah secara drastis contoh yang paling sering kita lihat adalah berkegiatan diluar rumah yang sekarang dianjurkan untuk mengurangi hal-hal yang berkaitan dengan diluar rumah, kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah akan terus dilaksanakan dimana hal tersebut membuat sebagian besar masyarakat dalam berbagai kalangan (orang dewasa, remaja serta anak-anak) kesulitan melaksanakan aktivitas yang sering dilakukan seperti bekerja, bersekolah dan lain-lain.

Teknologi dari zaman ke zaman sudah semakin banyak memiliki perubahan dan kemajuan, dengan memanfaatkan teknologi ini dapat mengurangi resiko tertular yaitu melakukan jual beli secara online. Dalam transaksi offline pembeli dapat langsung melihat produk, melakukan penilaian kreabilitas toko, merasakan layanan dari karyawan toko, dapat langsung memilih dan membeli, namun sekarang pembeli sudah bisa melakukannya secara online tetapi hanya bisa melihat produk dari sebuah gambar dan memilih untuk membeli atau tidak. Menurut *Kotler* dan *Keller* minat beli konsumen merupakan sebuah sifat pada konsumen yang memiliki keinginan dalam membeli berkaitan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasakan kesenangan dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat untuk membeli, namun apabila terjadi ketidakpuasan dalam membeli biasanya akan menghilangkan minat. Minat beli menurut tinjauan ekonomi islam adalah sifat konsumen yang berupa suatu dorongan keinginan untuk mempunyai sesuatu sehingga berusaha untuk mendapatkannya, masalah dalam perilaku konsumen islami syariah islam menginginkan manusia untuk mencapai dan mempertahankan ketentramannya. Acuan konsumsi pada era di zaman sekarang ini lebih mengutamakan pada aspek pemenuhan keinginan persediaan daripada aspek kebutuhan lain, perilaku konsumsi islam menurut dari tuntutan Al-Quran dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang di sempurnakan yang memadukan keyakinan kepada kebenaran yang melebihi rasionalitas manusia sangat terbatas ini.

Indikator permintaan dan penawaran terhadap minat beli yaitu harga barang, dimana jika harga barang rendah maka permintaan akan semakin banyak dan jika harga semakin tinggi maka produsen menawarkan lebih banyak barang, ketersediaan dan perubahan harga barang sejenis sebagai pengganti dan pelengkap, tingkat daya beli konsumen tinggi sehingga tinggi juga permintaan barang, berteknologi tinggi dalam suatu produksi akan mendapatkan hasil barang yang berkualitas dimana barang akan semakin banyak ditawarkan, selera konsumen sangat berpengaruh pada permintaan barang, dan jika semakin besar pajak maka jumlah barang yang ditawarkan akan rendah.

Wanita memang tidak bisa lepas dari suatu produk kecantikan seperti misalnya untuk mempercantik diri dengan menggunakan produk kosmetik yang dimana dapat meningkatkan tingkat kepercayaan diri pada seorang wanita dalam bergaul ke dunia luar, namun seiring dengan berjalannya waktu membuat persaingan produk kosmetik semakin ketat karena terus berhadirnya banyak produk baru yang tak kalah menarik keunggulannya salah satunya yaitu pada produk kosmetik wardah dan viva. Kedua produk ini adalah produk yang sudah berdiri sejak lama tetapi dengan adanya keunggulan membuat produk tersebut dapat bersaing dengan baik dalam merebut perhatian wanita sehingga menjadikannya produk unggulan. Wardah dan

viva ini merupakan brand local yang diciptakan sesuai dengan iklim tropis di Indonesia guna untuk meminimalisir permasalahan yang terjadi pada kulit, kedua produk tersebut memuat bahan dasar yang sudah pasti aman dan halal yang mewujudkan untuk keamanan dan kenyamanan pemakaiannya.

Berawal dari masalah tersebut penulis ingin mengangkat permasalahan dalam penelitian dengan judul : “PENGARUH COVID-19 TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Jual Beli Online Wardah dan Viva)”.

METODE

A. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk memecahkan masalah adalah metode penelitian kuantitatif dimana metode kuantitatif adalah penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur, yang banyak menggunakan angka dari pengumpulan data, interpretasi terhadap data serta tampilan hasil penelitian. Metode ini lebih mengutamakan pada aspek pengukuran secara rasional terhadap tanda sosial, untuk melakukan suatu pengukuran setiap fenomena sosial akan dijabarkan dalam beberapa komponen masalah variable dan indikator yang nantinya akan diukur dengan angka-angka berbeda yang sesuai dengan kriteria data yang bertautan dengan variable.

B. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan untuk menentukan pengambilan sampel, teknik pengambilan yang digunakan merupakan teknik *snowball sampling* yang artinya bahwa penentuan sample yang bermula berjumlah kecil atau sedikit kemudian sampel ini menunjuk kelompok lainnya untuk dijadikan sampel sehingga akan berjumlah besar atau banyak seperti bentuknya yang sama dengan bola salju dimana semakin lama akan semakin besar sampel yang akan didapatkan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin yang terletak di Banjarbaru dengan memilih 3 fakultas yakni fakultas kesehatan masyarakat reguler Banjarbaru dengan jurusan kesehatan masyarakat semester 6, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik reguler Banjarbaru dengan jurusan ilmu komunikasi dan administrasi publik semester 6, dan fakultas ekonomi reguler Banjarbaru dengan jurusan manajemen semester 4.

Sampel yang telah dihitung dengan rumus Slovi kemudian mendapatkan hasil responden yang akan diambil untuk diteliti adalah sebanyak 71 mahasiswi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi, namun disini lebih ditekankan pada pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dilakukan secara online yaitu melalui google form.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu rangkaian aktivitas memeriksa, mengelompokkan, sistematika, penafsiran dan konfirmasi data agar sebuah tanda memiliki nilai sosial, spekulatif dan objektif. Pada teknik ini dilakukan uji untuk mendapatkan hasilnya yaitu dengan :

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa akurat suatu instrumen dalam mengukur data yang ingin diukur.

b) Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan pada item pernyataan/pertanyaan kuesioner untuk mengukur konsistensinya pada instrumen penelitian.

2. Uji Model Penelitian

a) Uji T (Regresi Parsial)

Uji yang dilakukan untuk memahami apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) Uji F (Simultan)

Uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh simultan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yakni variabel x yaitu pengaruh covid-19 dan variabel y yaitu minat beli, untuk penjabaran data responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Frekuensi Data Responden

No.	Rentang Umur	Frekuensi		Persen (%)	
		Wardah	Viva	Wardah	Viva
1.	19	4	7	5,6%	9,8%
2.	20	22	10	30,9%	14%
3.	21	14	8	19,7%	11,2%
4.	22	4	1	5,6%	1,4%
5.	23	-	1	-	1,4%

Berdasarkan dari tabel frekuensi diatas dapat dijumlahkan untuk pengguna produk kosmetik wardah sebanyak 44 orang mahasiswi dan untuk pengguna produk kosmetik viva sebanyak 27 orang mahasiswi yang jika dijumlahkan maka akan berjumlah 71 orang mahasiswi yang diteliti. Kemudian untuk pengujian hipotesis dapat dilihat dari hasil uji sebagai berikut :

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil pengujian pernyataan pada kuesioner akan dilihat pada tabel dibawah ini

:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Soal	r hitung	r tabel	Kriteria
COVID-19	X1.1	0.401	0.275	Valid
	X1.2	0.341	0.275	Valid
	X1.3	0.600	0.275	Valid
	X1.4	0.511	0.275	Valid
	X1.5	0.450	0.275	Valid
	X1.6	0.508	0.275	Valid
	X1.7	0.600	0.275	Valid
	X1.8	0.389	0.275	Valid
	X1.9	0.422	0.275	Valid

	X1.10	0.319	0.275	Valid
Minat Beli	Y1.1	0.583	0.275	Valid
	Y1.2	0.470	0.275	Valid
	Y1.3	0.293	0.275	Valid
	Y1.4	0.371	0.275	Valid
	Y1.5	0.484	0.275	Valid
	Y1.6	0.563	0.275	Valid
	Y1.7	0.679	0.275	Valid
	Y1.8	0.483	0.275	Valid
	Y1.9	0.553	0.275	Valid
	Y1.10	0.465	0.275	Valid

Berdasarkan hasil dari uji validitas tersebut dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat pada variable x sebanyak 10 pernyataan dan variable y sebanyak 10 pernyataan menyatakan hasil valid, yakni pernyataan tersebut akurat dan dapat dilanjutkan untuk uji yang selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS Statistics 25* adalah :

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	22

Pada uji ini menunjukkan hasil analisis dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,727 dari 2 variabel dengan masing-masing memiliki 10 pernyataan di dalamnya. Sedangkan nilai standar pada pada R table uji reliabilitas sebesar 0,60 dan sedangkan nilai uji pada R hitung pada uji reliability statistic menunjukkan pada angka sebesar 0,727, sehingga nilai R Table \geq R Hitung maka dapat dikatakan konsisten (reliable).

B. Uji Model Penelitian

1. Uji T

Tabel 4. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.445	3.557		9.403	.000
	Total	.168	.092	.214	1.817	.074

a. Dependent Variable: Jumlah

Pada tabel hasil uji T di atas dapat dilihat bahwa nilai dari Sig. pada total (X1) yaitu sebesar 0,074, kemudian untuk nilai dari T hitung mendapatkan hasil sebesar 1,817. Di ketahui untuk nilai T tabel dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ yaitu adalah sebesar

1,667. Jadi $T_{tabel} \geq T_{hitung}$ ($1,667 \geq 1,817$) maka bisa dikatakan signifikan atau berpengaruh.

2. Uji F

Tabel 5. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.973	1	32.973	3.303	.074 ^b
	Residual	688.887	69	9.984		
	Total	721.859	70			

a. Dependent Variable: Jumlah

b. Predictors: (Constant), Total

Untuk uji F ini kita dapat melihat hasilnya bahwa nilai dari Sig. yaitu sebesar 0,074, kemudian untuk hasil dari nilai F hitung yaitu mendapatkan nilai sebesar 3,303. Di ketahui untuk nilai F tabel dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ yaitu adalah sebesar 3,132. Jadi untuk mengetahui apakah pada uji berpengaruh maka perlu membandingkan nilai F hitung \geq nilai F tabel yaitu nilainya adalah ($3,303 \geq 3.132$) yang artinya nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel yang menjadikan bahwa uji ini berpengaruh (signifikan).

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.214 ^a	.046	.032	3.15973

a. Predictors: (Constant), Total

b. Dependent Variable: Jumlah

Pada tabel hasil uji koefisien determinasi di atas dari hasil uji ini pada bagian *Adjusted R Square* yang dimana *Adjusted R Square* tersebut merupakan data yang digunakan apabila dimana hanya terdapat satu variabel X saja dan *R Square* merupakan data yang di gunakan untuk 2 variabel X jadi peneliti memilih data yang dapat di lihat bahwa nilai pada bagian *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,032 atau jika di persenkan maka akan bernilai 0,32%, kemudian untuk melihat apakah variabel X yang merupakan pengaruh Covid-19 berpengaruh terhadap variabel Y yang merupakan minat beli perlu di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 7. Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2014)

Dapat di lihat pada tabel pedoman di atas bahwa nilai 0,32% termasuk pada baris kedua yaitu 0,20 – 0,399 yang memiliki tingkat hubungan yang rendah, jadi variabel x yang merupakan pengaruh covid-19 tidak berpengaruh pada variabel y yang merupakan minat beli di karenakan hasil dari koefisien determinasi itu rendah sedangkan untuk yang lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam model penelitian ini.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dari 71 responden yang di teliti tersebut menyatakan bahwa covid-19 sangat mempengaruhi perekonomian saat ini, dengan adanya peraturan pembatasan kegiatan diluar rumah yang masyarakatnya dilarang untuk melakukan aktivitas diluar maka hal tersebut dapat diatasi dengan cara dilakukan secara online seperti membeli suatu produk atau barang secara online. Para mahasiswi memiliki minat beli terhadap produk kosmetik karena memang sesuai dengan apa yang saat itu sedang dicari, sudah dapat dipastikan memiliki sertifikat halal dan memilih produk tersebut karena menyukai kualitas produk kosmetik tersebut.
2. Keadaan perekonomian yang menurun, menjadikan perekonomian keluarga para mahasiswi pun ikut berkurang alhasil sebagian besar dari mereka harus menahan keinginan untuk membeli sebuah produk yang baru saja dirilis sedangkan sebagian ada juga yang terus membeli produk walaupun sedang pandemi. Namun dengan begitu, mereka berusaha untuk bisa memenuhi keinginannya di masa pandemi ini. Melihat dari tabel pedoman interpretasi koefisien determinasi bahwa nilai 0,32% termasuk pada baris kedua yaitu 0,20 – 0,399 yang memiliki tingkat hubungan yang rendah, jadi variabel x yang merupakan pengaruh covid-19 tidak berpengaruh pada variabel y yang merupakan minat beli di karenakan hasil dari koefisien determinasi itu rendah sedangkan untuk yang lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas peneliti ingin memberikan saran bahwa pengaruh covid-19 mempengaruhi minat beli masyarakat sehingga mengharuskan kita harus mementingkan terlebih dahulu kebutuhan pokok untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Sebenarnya untuk produk kosmetik ini bisa ditunda dulu karena masih ada lebih banyak hal penting lainnya untuk diprioritaskan.

REFERENSI

- Habli, Ahmad. Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Ais Jaya Fashion Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, (Riau : UIN Sultan Syarif Kasim, 2020), hlm. 57.
- LinovHR, *Permintaan dan Penawaran serta Faktor yang Mempengaruhinya*, Dikutip dari LinovHR, <https://www.linovhr.com/permintaan-dan-penawaran/>, Diakses pada tanggal 09 April 2021 pukul 15.25 Wita.
- Marita, Exsa, Widya. Pengaruh Struktur Organisasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penerapan Business Entity Concept. *Jurnal Akrua*. 7 (1). 28.
- Satria, Adi, Arief. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 2 (1). 47.
- Siyoto, Sandu. Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

- Palupu, Hasto, Dyah.(2019, September 12). Viva Cosmetics, Pelopor Industri Kosmetik Tropis dari Surabaya. Dikutip dari SWA : <https://swa.co.id/businesschampions/brands/legendbrand/vivacosmetics-pelopor-industri-kosmetik-tropis-dari-surabaya>, Diakses pada tanggal 16 Juli 2021 pukul 13.11 Wita.
- Pradana, Mahir, dan Reventiary, Avian. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*. 6 (1). 4.
- Purwanto, Antonius. (2021, Januari 27). *Ekonomi Indoensia pada Masa Pandemi Covid-19: Potret dan strategi Pemulihan 2020-2021*. Dikutip dari Kompas : <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/ekonomi-indonesia-pada-masa-pandemi-covid-19-potret-dan-strategi-pemulihan-2020-2021>. Diakses pada 16 Juli 2021 pukul 10.14Wita.
- Ralali. (2018, April 3). *Mengapa Harus Menggunakan Produk Wardah*. Dikutip dari Ralali : <https://news.ralali.com/mengapa-harus-menggunakanproduk-wardah/>. Diakses pada tanggal 16 Juli 2021 pukul 12.30 Wita.