ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Dampak Penggunaan Aplikasi Online Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi"**. Disusun Oleh **Regi Anggara, NIM 3217** Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Secjh M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatar belakangi karena keinginan penulis untuk mengetahui dampak penggunaan aplikasi online terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota bukittinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak penggunaan aplikasi online terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi.

Jenis penelitian ini berbentuk penelitian lapangan *(Field Research)* yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.Di analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu pendekatan yang dilakukan untuk meneliti suatu peristiwa yang terjadi, kemudian menurut kejadian tersebut kita dapat mengetahui faktor-faktor yang menimbulkan kejadian tersebut, Dimana menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian adalah penggunaan aplikasi online dalam melakukan promosi pakaian di pasar atas kota Bukittinggi tidak berdampak pada pendapatan. Hal ini disebabkan oleh pertama, kurangnya pemahaman para pedaggang dalam menguasai fitur – fitur aplikasi media social dalam membuat video atau gambar yang mampu menarik pelanggan. Kedua, banyaknya para pedagang yang sudah beralih menggunakan aplikasi media social dalam melakukan pemasaran sehingga persaingan tidak hanya di pasar atas kota Bukittinggi namun bisa nasional atau bahkan internasional.

Kata Kunci : ***Aplikasi Online, Pendapatan.***

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Saat ini di Indonesia kini semakin berkembang berbagai macam pakaian yang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidup berpakaian. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi *trendsetter* di masyarakat. Produk pakaian termasuk produk yang dikonsumsi dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal lebih kurang satu tahun.[1]

Produk pakaian meliputi pakaian kemeja, gamis, kebaya dan lain-lain. Saat ini persaingan bisnis pada pedagang pakian sangat ketat. pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual tersebut.[2]

Pedagang menawarkan beberapa pilihan seperti pakaian yang terbuat dari bahan yang berkualitas, design yang menarik, hingga beberapa pedagang menjual

[1] Muhammad Bayu Pramesta, *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Fashion Brand*, Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Volume 19, Nomor 2, 2023, hlm. 139

[2] Irdha Yanti Musyawarah, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju,* Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Volume 1, Nomor 1, 2022. Hlmn. 2

pakaian dari bahan yang baik dengan harga yang terjangkau, semua strategi tersebut dipakai oleh para pedagang agar produknya laku terjual di pasaran.

Bahkan, beberapa dari pedagang pakaian saat ini menggunakan strategi melalui pemasaran dengan menggunakan aplikasi online, dengan maksud agar mereka langsung masuk target pasaran, bahkan lebih mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Hal ini juga didukung oleh data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa produksi industri pakaian merupakan produksi yang paling tumbuh sebesar 29,19% pertahun dan akan meningkat di kuartal tahun berikutnya. Hal ini disebabkan karena permintaan pakaian yang terus meningkat, ditambah lagi masyarakat kini menjadi semakin konsumtif dan *fashionable* yang disebabkan karena adanya aru globalisasi.

Namun, setelah merebaknya globalisasi. Seluruh aspek ternyata berpengaruh didalamnya, termasuk kepada aspek pendapatan ekonomi khususnya kepada pedagang pakaian itu sendiri. Yang mana dalam 5 tahun terakhir *e-commerce* atau bisnis online kini menjadi hal yang digandrungi oleh masyarakat baik itu, anak-anak, remaja, dan orang dewasa yang hanya memiliki android. Pernyataan ini didukung oleh laporan terbaru dari PPRO, perusahaan layanan pembayaran terkemuka di dunia tentang pembayaran dan perdagangan online, menyatakan Indonesia memiliki pertumbuhan tertinggi bisnis online mencapai 78% per tahun. Negara lainnya untuk top five pertumbuhan pasar tertinggi adalah Meksiko 59%, Filipina 51%, Kolombia 45%, dan Uni Emirat

Arab (UEA) 33%.2 Peningkatan bisnis online yang sangat meroket ini ternyata berdampak terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional itu sendiri.

Fakta yang ada di tengah masyarakat kini lebih memilih membeli kebutuhan rumah tangga melalaui via online, beberapa ada yang memilih membeli produk kecantikan via aplikasi *e-commerce*, bahkan beberapa masyarakat sekarang sudah beralih yang tadinya selalu membeli kebutuhan rumah tangga di pasar tradisional sekarang malah beralih via online dengan alasan range harga antara pasar tradisional sangat jauh lebih murah via online, transaksi mudah, dan tidak perlu repot-repot jauh jauh pergi ke pasar.

Pola belanja Masyarakat yang saat ini juga berpegaruh pada pedagang pakaian di pasar tradisional yang berada di Pasar Atas Kota Bukittinggi Dimana banyak para pedagang pakaian yang mulai memanfaatkan penggunaan aplikasi online dalam melakukan pemasarannya.

Penjualan para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi tidak hanya dilakukan secara tradisional namun disertai dengan cara yang modern melalui via online. Dimana Masyarakat menggunakan aplikasi media sosial dalam melakukan promosinya baik berupa penggunaan aplikasi e – commerse (Shopie, Lazada, toko pedia dan lain -lain), facebook, Instagram, dan lain sebagainya.

Dimana dalam hal ini para pedagang pakaian di pasar atas Bukittinggi harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang ada saat. Sehingga dalam hal ini para pedagang pakaian di pasar tradisional tetap mampu eksis di era sekarang.

Namun berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan kepada para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi ditemukan sudah ada para pedagang yang menggunakan aplikasi online untuk melakukan pemasaran.[3] Namun tidak memahami dengan baik fitur – fitur yang ada di aplikasi Dimana bisa di manfaatkan untuk membuat daya Tarik dalam pemasaran melalui aplikasi online tersebut.

Dimana dalam hal ini menurut wawancara awal yang penulis lakukan kepada pedagang pakaian dibeberapa toko di pasar atas Kota Bukiitinggi dapat diketahui bahwa banyak dari para pedagang pakaian di toko pasar atas kota Bukiitinngi yang rata-rata mulai menggunakan aplikasi online dalam melakukan pemasaran semejak wabah covid 19 yang terjadi di seluruh wilayah Indonesia. Namuan walaupun sudah mengguanakan aplikasi belanaja online para pedagang mengaku bahwa masih banyak yang belum mengerti terkait penggunaan aplikasi online yang digunakan untuk pemasaran.[4]

Berdasarkan wawancara awal yang penulis lakukan kepada para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi banyak yang menyatakan bahwa para pedagang banyak terkendala dalam memahami fitur – fitur aplikasi yang ada dalam melakukan pemasaran melalui media online. Selain penggunaan fitur para

[3] Hasil Observasi Penulis dengan Para Pedagang pada tanggal 17 Maret 2024 di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

[4] Hasil Wawancara Penulis kepada para pedagang pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi pada Tanggal 17 Maret 2024.

pedagang juga mengaku bahwa kurangnya ide kreatifitas pedagang dalam menampilkan barang dagangan agar menarik di mata konsumen.

Selain itu bedasarkan observasi awal yang penulis lakukan ditemukan bahwa penggunaan aplikasi online yang digunakan oleh para pedagang pakian di pasar atas kota Bukittinggi tidak memiliki dampak terhadap penjualan pakaian. Hal ini diperkuat dengan observasi awal yang penulis lakukan kepada para pedagang, dari pernyataan beberapa pedagang diperoleh kesimpulan bahwa walaupun sudah memakai aplikasi online dalam melakukan pemasaran, terkait dengan pendapatan para pedagang mengaku bahwa pendapatan yang diperoleh cenderung stabil.

Berdasarkan penuturan latar belakanng di atas maka penulis menetapkan judul permasalahan yaitu **" DAMPAK PENGGUNAAN APLIKASI ONLINE TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR ATAS KOTA BUKITTINGGI"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka identifikasi masalah yang ada berupa :

1. Para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi telah menggunakan aplikasi online dalam melakukan pemasaran, namun dalam hal ini penggunaan belum secara maksimal.

2. Banyaknya persaingan antar para pedagang pakian di pasar atas kota Bukittinggi yang menggunakan aplikasi belanja online.
3. Para pedagang yang masih cenderung berjualan dengan sistem offline.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi pada objek penelitian berupa pendapatan pedagang pakaian dengan lokasi penelitian di pasar atas Kota Bukittinggi serta jenis metode penelitian yang ada dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan dan keperpustakaan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan Batasan masalah yang penulis paparkan di atas maka di peroleh rumusan masalah berupa :

Bagaimanakah dampak penggunaan aplikasi belanja online terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi?.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dilihat tujuan dan kegunaan terkait penelitian ini:

1. Tujuan Penelitian

Mengacu pada pokok permasalahan sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui

dampak penggunaan aplikasi belanja online terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai macam kegunaan bagi banyak pihak diantaranya:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan tentang kajian empiris mengenai dampak pengguanaan aplikasi online dalam meningkatkan pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Akademik

Sebagai persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program Ekonomi Islam di UIN sjech M.j djamil Djambek serta sebagai bentuk sumbangsih pemikiran untuk UIN sjech M.j djamil Djambek dan untuk bukti telah melahirkan generasi tamatan UIN sjech M.j djamil Djambek.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat dipergunakan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan digunakan sebagai bahan dan sarana penelitian tambahan yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

3) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran, pengetahuan dan wawasan untuk masyarakat bagaimana dampak pengguanaan aplikasi belanjan online terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi.

F. Penjelasan Judul

Berikut ini yang menjadi penjelasan judul dalam penelitian ini adalah :

Pendapatan : Jumlah uang yang diterima oleh Perusahaan atau organisasi dari kegiatan aktivitas penjualan produk atau jasa.[5]

Aplikasi Online : Suatu aplikasi berbasis web, yang dapat beroperasi jika ada jaringan atau koneksi internet.[6]

Berdasarkan pada uraian penegasan judul tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud judul dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak penggunaan aplikasi belanja online terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasa atas kota Bukittinggi.

[5] Yanti Sale, "Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren Di Desa Tulo‟a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango", *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* Vol. 1 No. 4, April-Juni 2014, hlm. 222

[6] M A Dewi, Analisis Pemanfaatan aplikasi online pada pembelajaran daring (dalam jaringan) di Sekolah Dasar, Jurnal Pendidikan Ilmiah, Volume 7, Nomor 1, hlmn. 28

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam bahasa Indonesia berasal dari dua kata, yaitu jual dan beli. Sedangkan istilah jual beli menurut bahasa Arab adalah *al-bai'* yang berarti saling menukar (pertukaran).[7] Secara istilah pengertian jual beli terjadi berbeda pendapat di kalangan para ulama dalam medefenisikannya tetapi dengan tujuan dan subtansi yang sama. Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.[8]

Menurut ulama Hanafiah jual beli adalah saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau rela. Sedangkan menurut ulama Malikiyah, Syafi'yah, dan Hambali, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk permintaan milik dan pemilik.[9] Jadi jual beli adalah suatu kegiatan atau transaksi yang melibatkan dua orang atau lebih melaksanakan pemindahan kepemilikan barang dari si penjual kepada si

[7] Adanan Murroh Nasution, *Jual Beli Kredit Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam,* Jurnal Yurisprudeita, Volume 2 Nomor 2, Desember 2016, hlm. 19.

[8] Shobirin, *Jual Beli dalam Pandangan Islam,* Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 3, No. 2, Desember 2015, hlm 240.

[9] Adanan Murroh Nasution, *Jual Beli Kredit Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam,* Jurnal Yurisprudeita, Volume 2 Nomor 2, Desember 2016, hlm. 20.

pembeli atas dasar suka sama suka atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan yaitu berupa alat tukar yang sah.

2. . Dasar hukum jual beli dalam Islam

Hukum asal jual beli adalah halal dan boleh selama syarat-syarat dan ketentuan jual beli terpenuhi. Jika ada syarat dan ketentuan yang terabaikan, maka status hokum jual beli juga boleh berubah dan berbeda–beda tergantung bentuk pelanggarannya. Halalnya transaksi jual beli didasarkan pada dalil-dalil syariat, dianataranya:

a. Dalil Al-Qur'an. Allah SWT berfirman:

Yang artinya,

.... وَاَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰوا

".... Dan Allah menghalalkan transaksi jual beli dan Allah mengharamkan praktek riba". (Al-Baqarah: 275).

b. Dalil hadits, dari Ibnu Umar r.a dari Nabi, ia bersabada:[10]

Yang artinya :

"*setiap pihak yang bertransaksi jual beli (penjual dan pambeli) memiliki hak pilih, melanjutkan atau membatalkan jual beli antara keduanya, selagi belum berpisah.*

c. Ijma' ulama (consensus ulama)

Seluruh ulama klasik maupun kontemporer sepakat akan boleh dan halalnya jual beli. Tidak satupun dari mereka yang berpendapat

[10] Supriadi Yosup Boni *Apa Salah MLM?,* (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2017), hal 28.

sebaliknya. Bahkan bias dikatakan bukan umat Islam secara keseluruhan.[11]

d. Al-qiyas al-aqli (logika nalar)

Fakta rill kehidupan membuktikan, setiap orang tidak mampu memenuhi kebutuhannhya secara sendiri-sendiri. Sebab,seringkali apa yang dia butuhkan berada dalam pengusaaan dan kepemilikan orang lain.[12]

3. Macam-macam jual beli dalam islam

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan jual beli yang batal menurut hukum, dari segi obyek jual beli dan segi pelaku jual beli. Sedangkan ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu[13] :

a. Jual beli benda yang kelihatan.
b. Jual beli benda yang hanya disebutkan sifat-sifatnya dalam janji.

[11] Supriadi Yosup Boni. *Apa Salah MLM?*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2017), hal *28.*
[12] Supriadi Yosup Boni. hal *29.*
[13] Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, *Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah (Urgensitas Penerapan Prinsip Halalan Thayyiban sebagai indikator dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal 10.

c. Jual beli benda yang tidak sah

Macam-macam jual beli berdasarkan pertukarannya dibagi 4 (empat),yaitu:

a) Jual beli salam (pesanan).

   Jual beli salam adalah jual beli melalui pesanan dengan cara menyerahkan uang terlebih dahulu dan barang kemudian.[14]

b) Jual beli muqayadhah (barter)

   Jual beli dengan cara menukar barang dengan barang.

c) Jual beli mutlaq

   Jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat tukar seperti uang.

d) Jual beli alat penukar dengan alat penukar.

   Jual beli barang yang biasa dipakai sebagai alat penukar dengan alat penukar lainnya seperti uang emas dana uang perak.

Macam-macam jual beli berdasarkan harga dibagi 4 (empat), yaitu:

a) Jual beli yang menguntungkan (murabahah)
b) Jual beli yang tidak menguntungkan, yaitu menjual dengan harga aslinya (tauliyah).
c) Jual beli rugi (khasarah).

[14] Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari. hal 10.

d) Jual beli musaw, yaitu jual beli yang penjual menyembunyikan harga aslinya, tapi kedua orang yang berakad saling meridhai.

4. Jual Beli Yang Dilarang dalam Islam Dalam islam

Pada hakikatnya asal dari hukum jual beli itu adalah boleh. Hal ini sesuai dengan kaidah fiqih muamalah yang menyatakan bahwa asal dari bermuamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Dan juga diperkuat dalam kaidah ushuliyah bahwa asal dari larangan itu adalah haram[15].

Ada beberapa jual beli yang dilarang dalam islam, yaitu:

1) Terlarang sebab ahliah (ahli akad)

Jual beli yang termasuk jual beli yang terlarang sebab ahliah, antara lain:

a. Jual beli oleh orang gila (termasuk orang mabuk).
b. Jual beli oleh anak kecil (belum mumayyiz) Ulama fiqih sepakat jual beli ini tidak sah kecuali dalam perkara yang ringan. Menurut ulama Syafi'iyah jual beli oleh anak mumayyiz yang belum balig tidak sah sebab tidak ada ahliah. Menurut ulama Malikiyah dan

[15]Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, *Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah (Urgensitas Penerapan Prinsip Halalan Thayyiban sebagai indikator dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal 12.

Hanafiyah jual beli ini dipandang sah jika diizinkan walinya, alasanya melatih kedewasaan[16].

c. Jual beli oleh orang buta Menurut jumhur ulama jual beli oleh orang buta dianggap shahih jika barang yang dibeli diterangkan sifatnya. Sedangkan menurut ulama Syafi'iyah jual beli oleh orang buta tiak sah sebab tidak dapat membedakan mana yang baik ataupun yang buruk.

d. Jual beli terpaksa Menurut ulama Hanafiyah hukum jual beli ini ditangguhkan (mauquf), menurut ulama Malikiyah tidak lazim, baginya ada khiyar. Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah tidak sah karena tidak adanya keridhaan.

e. Jual beli fudhul Jual beli milik orang tanpa seizin pemiliknya, menurut ulama Malikiyah dan Hanafiyah jual beli ini ditangguhkan sampa ada izin pemilik sedangkan menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah tidak sah.

f. Jual beli orang yang terhalang Jual beli orang yang terhalang, yang dimaksudkan adalah kebodohan, sakit, pailit. Menurut ulama Malikiyah dan Hanafiyah, Hanabilah jual beli ini digguhkan.

[16] Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, *dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal 12

Sedangkan menurut ulama Syafi'iyah, jual beli ini tidak sah sebab tidak ada ahlidan ucapan yang dapat dipegang[17].

g. Jual beli malja' Jual beli orang yang sedang dalam bahaya, yakni untuk menghindari dari perbuatan zalim. Jual beli ini menurut Hanafiyah fasid,sedangkan menurut hanabilah bathil.

2) Terlarang sebab shighat

Jual beli yang termasuk jual beli yang terlarang sebab Sighat, antara lain[18]:

a) Jual beli mu'athah Jual beli yang disepakati oleh pihak yang berakad berkenaan dengan barang maupun harganya, tapi tidak memakai ijab qabul.

b) Jual beli melalui surat atau utusan Ulama fiqih berpendapat, jual beli ini tidak sah jika qabul melebihi tempat, artinya jika surat tersebut tidak sampai ke tangan yang dimaksud.

[17]Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, hal *14.*

[18]Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, *Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah (Urgensitas Penerapan Prinsip Halalan Thayyiban sebagai indikator dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal 13*14.*

c) Jual beli dengan isyarat atau tulisan Jika isyarat tidak dapat difahami dan tulisannya jelek artinya tidak dapat dibaca, maka akad jual belinya tidak sah[19].

d) Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli atas barang yang tidak ada di tempat akad adalah tidak sah sebab tidak memenuhi syarat in'iqad (terjadinya akad).

e) Jual beli yang tidak bersesuaian antara ijab dan qabul Menurut jumhur ulama jual beli seperti ini tidak sah, sedangakan ulama Hanafiyah membolehkannya.

f) Jual beli munjiz Jual beli yang dikaitkan syarat atau ditangguhkan pada waktu yang akan dating. Jual blei ini dipandang fasid menurut ulama Hanafiyah dan batal menurut jumhur ulama.

3) Terlarang sebab ma'qud alaih (barang jualan)

Jual beli yang termasuk jual beli yang terlarang sebab ma'qud alaih antara lain[20]:

Jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada Jumhur ulama sepakat bahwa jual beli barang yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada adalah tidak sah.

[19] Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, hal *15*.

a) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan Jual beli yang tidak dapat diserahkan seperti burung yang terbang di udara, ikan yang ada di air tidak sah.

b) Jual beli gharar Jual beli gharar adalah jual beli yang mengandung kesamaran[21]. Menurut Ibnu Jazi Al-Maliki, Gharar yang dilarang adal 10 (sepuluh) macam, yaitu: jual beli yang tidak dapat diserakan (seperti hewan yang masih dalam kandungan), tidak diketahui harga dan barangnya, tidak diketahui sifat barang atau harganya, tidak diketahui ukuran harga dan barangnya, tidak diketahui masa yang akan dating (seperti saya mobil ini padamu jika jaed datang), menghargakan dua kali pada satu barang, menjual barang yang diharapkan selamat, jual beli husha (seperti pembeli memegang tongkat, jika tongkatnya jatuh maka wajib membeli), jual beli munabazah (dengan cara melempar), jual beli mulamasah (dengan cara mengusap).

c) Jual beli barang yang najis dan yang terkena najis jumhur ulama sepakat tentang larangan jual beli barang najis seperti khamar. Tapi mereka beda pendapat tentang barang yang terkena najis. Seperti minyak yang terkena bangkai tikus, ulama Hanafiyah

[21]*dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal *16*

membolehkan jika barang tidak untuk dimakan, sedangkan ulama Malikiyah membolehkan jika telah dibersihkan.

d) Jual beli air, Ulama Zahiriyyah melarang jual beli air secara mutlak. Sedangkan menurut jumhur ulama, jual beli air yang dimiliki seperti air sumur milik sendiri diperbolehkan, sedangkan jual beli air yang mubah (dimanfaatkan oleh masyarakat) dilarang.

e) Jual beli barang yang tidak jelas (majhul) Menurut ulama Hanafiyah, jual beli seperti ini fasid sedangkan menurut jumhur ulama batal sebab akan menimbulkan pertentangan antara manusia[22].

f) Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad (ghaib), tidak dapat dilihat Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah jual beli ini tidak sah, sedangkan menurut ulama Hanafiyah jual beli ini diperbolehkan tanpa harus menyebutkan sifat-sifatnya, tapi pembeli berhak khiyar, dan ulama Malikiyah juga membolehkan dengan menyebutkan sifat-sifatnya dan syaratnya adalah harus jauh sekali tempatnya.

[22] Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, *Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah (Urgensitas Penerapan Prinsip Halalan Thayyiban sebagai indikator dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal 16.

B. Jual Beli Online

1. Pengertian

Menurut kamus besar bahasan Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang. Dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Menurut Rahmat Syafei, secara Bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu.

Kata online sendiri terdiri dari 2 kata, yaitu on yang berarti hidup atau di dalam dan line yang berarti garis/ lintasan/ jaringan. Secara Bahasa online bisa diartikan di dalam jaringan. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet.

Dari pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli online adalah persetujuan saling mnegikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual, tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli.

2. Dasar Hukum Jual Beli Online

Dasar hukum transaksi jual beli online diatur dalam undang – undang informasi dan transaksi elektronik.

Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE transasksi elektronik yaitu :

“ transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan

menggunakan computer, jaringan computer, dan atau media elektronik lainnya “

Dalam Pasal 3 disebutkan bahwa :

“ memberikan kebebasan kepada pihak – pihak dalam membuat perjan jian asalkan ada kata sepakat, cakap bertindak hukum, suatu hal tertentu dan suatu sebab tertentu, dan suatu sebab yang halal.”

Maksudnya ialah setiap morang bebas untuk menentukan bentuk, macam dan isi perjanjian asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum, serta selalu memperhatikan syarat sahnya perjanjian.

Untuk sahnya suatu perjanjian maka diperlukan 4 syarat :

1. Sepakat mereka mengikatkan diri.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal.

C. E – Commerce

Defenisi e – commerce menurut Adi Nugroho adalah cara penjual dan pembeli dan pembeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Sedangkan menurut Rahmati e-= commerce berarti sistem pemasara secara media elektronik. E- commerce berkaitan dengan distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan servis dari sebuah produk yang dilakukan dalam system elektronik secara internet atau bentuk jaringan computer lainnya.

Adapun kelebihan e – commerce yaitu :

1. Otomatisasi, mengganti proses manual.
2. Integrasi, meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses
3. Publikasi, memberikan jasa dan komunikasi atas produk dan jasa yang ditawarkan
4. Pertukaran data informasi antara berbagai pihak yang meminimalkan human error.
5. Kesepakatan antara dua pihak untuk melalkukan transasksi yang melibatkan institusi lain.

b. Aplikasi belanjan online (*e-Commerce*)

a. Pengertian *e – commerce*

e – commerce adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa antara perusahaan, rumah tangga, individu pemerintah atau Masyarakat atau organisasi swasta lainnya yang dilakukan memalalui computer pada media jaringan. [23] barang – barang dan jasa di pesan melalui jaringan tersebut dan pembayaran dapat dilakukan secara online ataupun offline.

Menurut David Baum defenisis *e – commerce* yang sudah disandarkan dan disepakati bersama adalah *e – commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang

[23] Candra Ahmad, *E – Business dan E-commerce* ,(Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017) hlm. 35

menghubungkan Perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian maka dapat disimupulkan bahwa *e – commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara 2 belah pihak melaui internet.

b. Karakteristik *e – commerce*

1) Memperluas pasar

Jangkauan pasar dapat menjadi luas dibandingkan sistem bisnis tradisional yang terbatas pada lokasi

2) Biaya terkendali

Perusahaan tidak perlu hadir secara fisik namun dapat melakukan transaksi dengan konsumen dari berbagai tempat.

3) Efisien

Dimana distribusi dapat dilakukan secara elektronik.

4) Efektif

Konsumen dapat bertransaksi setiap saat.

5) Cash Flow Terjamin

Dimana Perusahaan atau pedagang terjamin karena menerima pembayaran terlebih dahulu sebelum mengirim barang.

D. Pendapatan

Dalam kamus manajemen pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba. Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atau jasanya sesuai perjanjian.[24] Penghasilan (*income)* baik meliputi pendapatan maupun keuntungan. Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal dengan sebutan seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, deviden, royalty dan sewa.[25]

Menurut Greogori Mankiw menyebutkan pendapatan masyarakat sebagai pendapatan perorangan (*personal income*) yaitu pendapatan yang diterima rumah tangga dan bisnis ekonomi non perusahaan.[26]

Mubyarto menyatakan bahwa pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan sebagai balas jasa dari penyerahan prestasi tersebut untuk mempertahankan hidupnya.[27]

---

[24] M. Umer Chapra, "*Islam dan Tantangan Ekonomi",* Penerjemah: Nur Hadi Ihsan, Rifki Amar, S.E, Cet. 1. 1999, hlm. 361.

[25] Ikatan Akuntan Indonesia, "*Standar Akuntansi Keuangan",* (Jakarta: Salemba Empat, 1994), hlm. 233.

[26] Gregori Mankiw, *"Pengantar Ekonom*i", jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 130.

[27] Arther Manueke, *Jurnal Penyerapan Tenaga Kerja usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Agribisnis dan Non-Agribisnis* (Studi kasus: di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan

Paula menyatakan pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui bahwa nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut.[28]

Muana Naga menyatakan bahwa pendapatan adalah berupa jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau lebih anggota keluarga dari jerih payah kerjanya. Secara umum pendapatan didefinisikan sebagai masukan yang diperoleh masyarakat atau Negara dari keseluruhan aktifitas yang dijalankan termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa melakukan kegiatan apapun.[29]

Kontribusi pendapatan dari satu jenis kegiatan terhadap total pendapatan rumah tangga tergantung pada produktivitas faktor produksi yang digunakan dari jenis kegiatan yang bersangkutan. Stabilitas pendapatan rumah tangga cenderung dipengaruhi dominasi sumber-sumber pendapat. Jenis-jenis pendapatan yang berasal dari luar sektor pertanian umumnya tidak terkait dengan musim dan dapat dilakukan

Tomohon Utara), Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2015. hlm. 6.

[28] Anak Agung Gede Maheswara, Nyoman Djinar Setiawan, Ida Ayu Nyoman Saskara, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar". *E-Jurnal* Ekonomi dan BisnisUniversitas Undayana 5.12 (2016): 4271-4298, ISSN: 2337-3067. hlm. 4283.

[29] Muana Naga, "*Makro Ekonomi",* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 200.

setiap saat sepanjang tahun.[30]

Tingkat pendapatan per kapita yang rendah dan distribusi yang sangat tidak merata akan menghasilkan kemiskinan yang absolut. Jika distribusi pendapatannya konstan, semakin tinggi pendapatan per kapita yang ada maka akan semakin rendah jumlah kemiskinan. Akan tetapi sebagaimana telah diungkapkan, tingginya tingkat pendapatan per kapita tidak menjamin lebih rendahnya tingkat kemiskinan. Pemahaman terhadap kadar dan jangkauan distribusi pendapatan merupakan landasan dasar bagi setiap analisis masalah kemiskinan di Negara-negara yang berpendapatan rendah.[31]

Dalam Islam pendapatan masyarakat adalah prolehan barang, uang yang diterima atau yang dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan- aturan yang bersumber dari syari"at islam. Pendapatan masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syari"at islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasarann merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur keberhasilan pembangunan.

Bekerja dapat membuat seseorang memperoleh pendapatan atas

[30] M.Th. Handayani, Ni Wayan Putu Artini, "Kontribusi Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pembuat Makanan Olahan Terhadap Pendapatan Keluarga". *Jurnal Sosial Ekonomi*, Vol.5, 2009, hlm. 9.

[31] Lia Amalia, "*Ekonomi Pembangunan",* (Jakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm. 30.

kegiatan yang telah dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup terhadap besarnya pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai dari kebutuhan pangan, sandang, papan, dan beragam kebutuhan lainnya.

Dalam Islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai pendapatan minimum. Sedangkan kecukupan dalam standar hidup yang baik (nishab) adalah hal yang paling mendasari distribusi retribusi kekayaan, setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.[32]

Allah mengaruniakan kekayaan dan kehidupan yang nyaman, khusus bagi hamba-Nya yang beriman dan bertakwa sebagai balasan atas amal shalih dan syukurnya. Sedangkan kehidupan yang sempit, kemiskinan dan kelaparan sebagai hukuman yang dipercepat Allah bagi mereka yang berpaling dari jalan Allah. Sesuai Firman Allah Q.S ath-Thalaq: 2-3.[33]

فَإِذَا بَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ أَوْ فَارِقُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ وَأَشْهِدُوا ذَوَىْ عَدْلٍ مِّنكُمْ

وَأَقِيمُوا ٱلشَّهَٰدَةَ

Artinya: "*Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan Mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan Barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya*."

[32] Mustafa Edwin Nasution, "*Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam"*, (Jakarta: Kencana Penada Media Grup, 2007), hlm. 132.

[33] Hepi Andi Bastoni, "*Beginilah Rasulullah Berbisnis"*, (Bogor: Pustaka al- Bustan, 2013) hlm. 4-5.

Nabi SAW mengingatkan:

Artinya: "*Tidak apa-apa dengan kaya bagi orang yang bertakwa. Dan sehat bagi orang yang bertakwa itu lebih baik dari kaya. Dan bahagia itu bagaian dari kenikmatan*." (HR Ibnu Majah no. 2141 dan Ahmad 4/69. Syaikh al-Albani mengatakan bahwa hadits ini shahih).[34]

a. Jenis- Jenis Pendapatan

Menurut teori konsumsi dengan hipotesis pendapatan permanen dari Milton Friedman, pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu:[35]

1) Pendapatan permanen (*permanent Income*) yaitu pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya. Misalnya pendapatan dari gaji atau upah atau pendapatan permanen dapat disebut juga pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan. Secara garis besar pendapatan permanen ini dibagi menjadi tiga golongan yaitu:[36]
2) Gaji dan Upah

   Imbalan yang di peroleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan. Sedangkan dalam islam upah

[34] Departemen Agama RI, *Op.Cit.* QS. At-Talaq (65): 2-3. hlm. 559 dan 7
[35] Respository.usu.ac.id/bitstream/123456789/25165/2/reference.pdf.
[36] Afzalur Rahman, "*Doktrin Ekonomi Islam*", jilid 2, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995). hlm. 361

merupakan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada seorang pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.

3) Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dari biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa capital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

4) Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan antara lain pendapatan dari hasil menyewakan asset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pension dan lain-lain.

5) Pendapatan sementara

yaitu pendapatan yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya, yang termasuk dalam kategori pendapatan ini adalah dana sumbangan, hibah dan lain sebagainya yang sejenis.

6) Pendapatan Pedagang

Yaitu pendapatan yang diperoleh dari hasil penawaran barang kepada konsumen.

Menurut teori konsumsi John Maynard Keynes menjelaskan bahwa konsumsi saat ini (*current consumption*) sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposable saat ini (current disposable income). Menurut Keynes ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung tingkat pendapatan. Artinya tingkat konsumsi tersebut harus dipenuhi, walaupun tingkat pendapatan sama dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi otonomus (*Autonomous Consumption*). Jika pendapatan disposable meningkat, maka konsumsi juga meningkat, hanya saja peningkatan konsumsi tersebut tidak sebesar peningkatan pendapatan disposable.

Pendapatan lain yang dilakukan oleh Keynes dalam fungsi konsumsinya adalah pendapatan yang terjadi (Current income) yaitu bukan pendapatan yang diperoleh sebelumnya, dan bukan pula pendapatan yang diperkirakan terjadi dimasa yang akan datang (yang diharapkan). Selain itu terdapat pula pendapatan absolut.[37]

c. Sumber Pendapatan

Adapun sumber-sumber pendapatan masyarakat atau rumah tanggayakni:

[37] Raharja, Pratama dan Mandala Manurung, "*Pengantar Ilmu Ekonomi"*, (Jakarta: FEUI, 2008), hlm. 258-259.

1) Dari upah atau gaji yang diterima sebagai ganti tenaga kerja;
2) Dari hak milik seperti modal dan tanah;
3) Dari pemerintah.

Perbedaan dalam pendapatan upah dan gaji diseluruh rumah tangga disebabkan oleh perbedaan dalam karakteristik pekerjaan (keahlian, pelatihan, pendidikan, pengalaman dan seterusnya) dan dari perbedaan jenis pekerjaan (berbahaya, mengasyikkan, glamor, sulit, dan sebagainya). Pendapatan rumah tangga juga beragam menurut jumlah anggota rumah tangga yang bekerja. Adapun jumlah property yang dihasilkan oleh rumah tangga bergantung pada jumlah dan jenishak milik yang dimilikinya. Sedangkan pendapatan transfer dari pemerintah mengalir secara substansial, tapi tidak secara eksklusif ditujukan pada masyarakat yang berpendapatan lebih rendah. Kecuali untuk jaminan sosial, pembayaran transfer dirancang secara umum untuk memberikan pendapatan pad aorang yang membutuhkan.

Pada dasarnya, perekonomian secara keseluruhan itu merupakan gabungan dari sekian banyak rumah tangga dan perusahan di dalamnya, yang satu sama lain terus berinteraksi diberbagai pasar (pasar output, pasar tenaga kerja, dan sebagainya). Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi tentunya akan relative mudah mencukupi berbagai kebutuhan hidupnya, bahkan cenderung untuk menikmati kemewahan. Tidak mengherankan jika orang- orang yang berpendapatan tinggi menikmati

standar hidup yang lebih tinggi pula, mulai dari perumahan yang lebih menyenangkan, perwatan kesehatan yang lebih bermutu, mobil yang lebih indah, pesiar lebih sering ke berbagai tempat, dan sebagainya.[38]

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Bintari, Suprihatin, fator-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

1) Kesempatan kerja yang tersedia, Dengan semakin tinggi atau semakin besar kesempatan kerja yang tersedia berarti banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
2) Kecakapan dan keahlian kerja, Dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan. Kekayaan yang dimiliki, Jumlah kekayaan yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh. Semakin banyak kekayaan yang dimiliki berarti semakin besar peluang untuk mempengaruhi penghasilan.
3) Keuletan kerja, Pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan dan keberanian untuk menghadapi segala macam

[38] Karl E. Case, Ray C. Fair, "*Prinsip-prinsip Ekonomi*", edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 445 dan 124.

tantangan. Bila suatu saat mengalami kegagalan, maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

4) Banyak sedikitnya modal yang digunakan, Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap penghasilan yang akan diperoleh.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian pertama yang ditulis oleh Megi Saputra dengan judul " Dampak E – Commerce terhadap pendapatan pedagang sandang di pasar Batu Sangkar". Dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah menurunnya pendapatan usaha pedagang sandang pasar Batusangkar, Dimana menurunnya pendapatan usaha masih ada yang termasuk dalam kategori lampu hijau dan kebanyakan telah masuk pada kategori lampu kuning. Dimana perbedaan penelitian ini dengan yang akan penulis teliti yaitu terletak pada lokasi penelitian dan juga variable yang akan penulis teliti serta kesamaan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini sama – sama menngunakan metode kualitatif.[39]
2. Penelitian kedua yaitu penelitian yang di tulis oleh Fadilla dengan judul penelitian " Dampak pembelian online terhadap omzet penjualan busana Wanita di blok B lantai LG Los A-D, Pasar Tanah Abang". Hasil penelitian

[39] Megi Saputra, *Dampak E – Commerce terhadap pendapatan pedagang sandang di pasar Batu Sangkar*

ini menunjukkan bahwa terdapat potensi besar pembelian online terhadap pertumbuhan penjualan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan Dimana penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regeresi linear serta lokasi penelitian yang berbeda. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini terletak pada variable penelitian yang sama.[40]

3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang diteliti oleh Dwi Lestari dengan judul " pengaruh E -Commerce dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif Masyarakat Magetan pengguna aplikasi online shop". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e – commerce tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, akan tetapi pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, serta secara bersama – sama e – commerce dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah metode penelitian yang digunakan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan 2 variabel X dan 1 Variabel Y.
4. Penelitian yang keempat diteliti oleh Martha Rianty dengan judul penelitian " Pengaruh e-commerce terhadap pendapatan UMKM yang bermitra gojek dalam masa pandemi covid-19". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

[40] Fadillah, *Dampak pembelian online terhadap omzet penjualan busana Wanita di blok B lantai LG Los A-D, Pasar Tanah Abang*, jurnal economic, Accounting, management and Business, vol2, no.4 2019. Hlm. 391

variable x berpengaruh signifikat terhadap pendapatan UMKM di Sumatera selatanselama masa pandemi covid 19, sedangkan variable teknikal terbukti tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Sumatera Selatan.

5. Selanjutnya penelitian yang diteliti oleh Rosinta Romauli Situmeang dengan judul penelitian yaitu " Dampak bisnis online dan lapangan pekerjaan terhadap peningkatan pendapatan Masyarakat (Studi kasus jasa bisnis online transportasi grab di kota medan)". Dari penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa secara parsial bisnis online dana lapangan pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan Masyarakat Dimana diperoleh hasil sebesar 11,263 untuk variable lapangan pekerjaan sebesar 10,576 dengan taraf signifikan < 0,05. Secara simultan bisnis online dan lapangan pekerjaan berpengaruh posistif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan Masyarakat pada jasa bisnis online transportasi grab di kota medan Dimana diperoleh F hitung lebih besar dari F table (314,874 > 3,14) dengan taraf signifikan <0,05. Sehingga kesimpulan dari hasil penelitian adalah baik secara parsial maupun simultan bisnis online dan lapangan pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Masyarakat pada jasa bisnis online transportasi grab di kota Medan.[41]

[41] Rosinta Romauli Situmeang, *Dampak Bisnis Online dan Lapagan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat, Journal of Innovation an Entrepreneurship*, Vol. 02 no. 03, hlm. 319

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian

dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti serta interaksinya dengan lingkungan.[42]Mengingat penelitian ini menggunakan penelitian lapangan maka dalam mengumpulkan data-datanya mengambil dari lokasi penelitian yang berkenaan dengan permasalahan tersebut, yaitu di Pasar atas Bukittinggi.

Selain lapangan penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. Penulis menggunakan berbagai literatur yang ada diperpustakaan yang relevan dengan masalah yang diangkat penulis.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pasar Atas Bukittinggi pada tanggal 1 Maret 2024 – Juni 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di kumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu perusahaan langsung melalui objeknya.[43] Dalam penelitian ini

[42] Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, "*Metode Penelitian Pendekatan Praktik Dalam Penelitian",* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 21

[43] J. Supranto, *Metode Riset dan Aplikasinya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997) cet ke-1 hal. 6.

penulis melakukan pengamatan, wawancara dan pembahasan masalah lansung pada pedagang pakaian di Pasar Atas Bukittinggi.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan baik berupa bahan-bahan bacaan maupun data angka yang memungkinkan.[44] Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari hasil studi perpustakaan buku-buku tentang pendapatan.

D. Tenik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.[45] Penelitian ini dilakukan dengan mengamati kegiatan dan pendapatan pedagang pakaian di Pasar Atas Bukittinggi.

2. Wawancara

Wawancara adalah alat pengumpulan data informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan untuk dijawab secara lisan juga. Artinya antara peneliti dan responden berhadapan langsung atau melalui via telepon atau chat untuk mendapatkan informasi. Dalam

[44] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999) hal. 112

[45]Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012) Cet ke-2 hal. 134

penelitian ini penulis melakukan tanya jawab dengan beberapa pedagang yang melakukan jual beli menggunakan aplikasi belanja online di Pasar Atas kota Bukittinggi.

E. Teknik Analisis Data

Data mentah yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisa. Pola pendekatan yang digunakan dalam pemecahan masalah ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk meneliti suatu peristiwa yang terjadi, kemudian menurut kejadian tersebut kita dapat mengetahui faktor-faktor yang menimbulkan kejadian tersebut. Dari pendekatan deskriptif kualitatif ini penulis ingin memberikan gambaran tentang dampak penggunaan aplikasi belanja online terhadap pendapatan pedagang pakaian di Pasar Atas kota Bukittinggi.

Berdasarkan pendapat di atas, teknik analisa adalah suatu usaha untuk memproses data yang telah dikumpulkan oleh peneliti baik dengan alat pengumpul data berupa interview ataupun kuesioner dan observasi. Tahapan teknik analisis data:

1. Teknik analisa pertama adalah mereduksi data yaitu proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan mencari data yang dianggap penting yang sesuai dengan fokus penelitian.

2. Proses kedua yaitu dengan data *display* (penyajian data) yaitu dengan bentuk uraian singkat, bagan, maupun naratif.
3. Proses ketiga yaitu *conclusion drawing* atau *verification* yaitu penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB IV
PEMBAHASAN

A. Profil Pasar Atas Kota Bukittinggi

Pasar Atas adalah pasar wisata yang terletak di jantung Kota Bukittinggi Sumatera Barat, lokasinya strategis dan mudah diakses dari berbagai tujuan

liburan lain di Kota Bukittinggi, seperti Jam Gadang, Kebun Binatang Bukittinggi, dan Benteng Fort de Kock. Pasar Atas menyediakan berbagai macam souvenir dan makanan khas Sumatera Barat dengan harga yang sangat terjangkau. Selain sebagai pasar wisata, Pasar Atas Bukittinggi juga berfungsi sebagai pusat perdagangan.

Pasar Atas yang dahulunya disebut pasar *Loih Galuang* berawal dari pengembangkan sebuah *loods* ke arah timur oleh pemerintah Hindia-Belanda pada tahun 1900, tepatnya pada kawasan pinggang bukit yang berdekatan dengan selokan yang mengalir di kaki bukit. pasar tersebut berdiri di atas tempat bernama Bukik Kubangan Kabau Karena lokasi pasar tersebut berada di kemiringan, masyarakat setempat menyebutnya dengan nama Pasar Teleng (Miring) atau Pasar Lereng.

Luas wilayah pasar atas adalah 2,1 Ha, dengan jumlah pedagang sebanyak 1,861 yang terdiri dari pedagang toko, Grosir, kios, lapangan bulanan dan harian. Perkembangan berikutnya di sekitar kawasan tersebut muncul lagi beberapa pasar, di antaranya Pasar Bawah dan Pasar Banto. Pasar-pasar tradisional di sekitar kawasan Jam Gadang ini, kemudian berkembang menjadi tempat penjualan hasil kerajinan tangan dan cendera mata khas Minangkabau. Dalam penataan pasar, pemerintah Hindia-Belanda juga menghubungkan setiap pasar tersebut dengan *janjang* (anak tangga), dan di antara anak tangga yang terkenal adalah Janjang 40. Sebagai suatu tempat liburan belanja, Pasar Atas

Bukittinggi menawarkan barang-barang khas Sumatera Barat, mulai dari kerajinan songket, kerajinan kayu dan souvenir, dan kreasi barang-barang anyaman, Selain itu, andalan lainnya dari pasar atas adalah bordir kerancang. Rakyat Minangkabau seolah memiliki kemampuan bordir yang tidak bisa disaingi oleh daerah lain.

B. Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Online Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

Fakta yang ada di tengah masyarakat kini lebih memilih membeli kebutuhan rumah tangga melalui via online, beberapa ada yang memilih membeli produk kecantikan via aplikasi *e-commerce*, bahkan beberapa masyarakat sekarang sudah beralih yang tadinya selalu membeli kebutuhan rumah tangga di pasar tradisional sekarang malah beralih via online dengan alasan range harga antara pasar tradisional sangat jauh lebih murah via online, transaksi mudah, dan tidak perlu repot-repot jauh - jauh pergi ke pasar.

Pola belanja masyarakat yang saat ini juga berpegaruh pada pedagang pakaian di pasar tradisional yang berada di Pasar Atas Kota Bukittinggi. Dimana banyak para pedagang pakaian yang mulai memanfaatkan penggunaan aplikasi online dalam melakukan pemasarannya. Penjualan para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi tidak hanya dilakukan secara tradisional namun disertai dengan cara yang modern melalui via online. Dimana

masyarakat menggunakan aplikasi media sosial dalam melakukan promosinya baik berupa penggunaan aplikasi e – commerse (Shopie, Lazada, toko pedia dan lain -lain), facebook, Instagram, dan lain sebagainya.

Hal ini diperoleh dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pedagang pakaian toko Catalonia yang menyatakan bahwa :

> *" aplikasi yang kami gunakan untuk dalam melakukan pemasaran yaitu aplikasi Whatssup dan juga aplikasi Instagram"*

Hal ini dijelaskan juga oleh padagang pakian toko smile ladies yang menyataklan bahwa:

> *" untuk pemasaran pakaian di toko kami menggunakan aplikasi tik tok, Instagram dan juga WA"*

Dari hasil wawancara bahwa dapat disimpulkan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi sudah banyak yang menggunakan aplikasi media social dalam melakukan pemasaran pakaian.

Adapun alas an yang menjadikan pedagang pakaian menggunakan aplikasi online dalam melakukan pemasarannya yaitu. Dimana dalam hal ini para pedagang pakaian di pasar atas Bukittinggi harus mampu mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang ada saat ini. Sehingga dalam hal ini para pedagang pakaian di pasar tradisional tetap mampu eksis di era sekarang.

Hal ini terbukti dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik toko smile ladies yang menyatakan bawa :

> *" kami menggunakan aplikasi online dalam melakukan pemasaran karena pertama mengikuti perkembangan zaman yang ada, kedua untuk*

meringankan karena dalam promosinya tidak mengeluarkan uang yang banyak dan ketiga karena pada saat awal kami menggunakan aplikasi online itu pada saat pandemi jadi penggunakan aplikasi online ini merupakan salah satu Solusi kami dalam mempertahankan usaha di masa pandemi"

Hal ini menjelaskan bahwa ada beberapa alas an bagi pedagang menggunakan aplikasi online dalam pemasaran karena merasa harus mengikuti zaman, dan juga Solusi dari permasalahan pandemi pada saat wabah coid 19.

Namun berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi ditemukan sudah ada para pedagang yang menggunakan aplikasi online untuk melakukan pemasaran. Namun tidak memahami dengan baik fitur – fitur yang ada di aplikasi. Dimana bisa di manfaatkan untuk membuat daya tarik dalam pemasaran melalui aplikasi online tersebut.

Dimana dalam hal ini menurut wawancara yang penulis lakukan kepada pedagang pakaian dibeberapa toko di pasar atas Kota Bukiitinggi dapat diketahui bahwa banyak dari para pedagang pakaian di toko pasar atas kota Bukiitinngi yang rata-rata mulai menggunakan aplikasi online dalam melakukan pemasaran semejak wabah covid 19 yang terjadi di seluruh wilayah Indonesia. Namun, walaupun sudah mengguanakan aplikasi belanja online para pedagang mengaku bahwa masih banyak yang belum mengerti terkait penggunaan aplikasi online yang digunakan untuk pemasaran.

Hal ini dibuktikan dari wawancara yang penulis lakukan dengan pedagang pakaian toko up style yang menyatakan bahwa :

“ terkait permaslahan yang kami temui atau kendalanya yaitu pada saat pengeditan video yang lumayan ribet karena banyaknya fitur – fitur yang banyak”

Hal ini dipertegas dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik toko sakula girls:

“ kendala kami saat ini itu berkaitan dengan pengeditan nya dimana pada bagian editing sering terkena hak cipta pada musik video”

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik toko pakaian di pasar atas kota Bukittinggi para pedagang mengaku bahwa banyak mereka yang terkendala dalam hal pengeditan atau penggunaan fitur – fitur media sosial yang menarik konsumen untuk melaihat tampilan gambar atau video yang dibuat.

Sehingga dalam hal ini pedagang pakaian harus bisa belajar memahami aplikasi dengan lebih baik lagi agar mampu menghasilkan foto atau video yang menjadi nilai jual dalam pemasaran melalui media sosial. Dimana hal ini naninya bisa berdampak pada pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi.

Hal ini diperkuat dengan wawancara yang penulis lakukan dengan pedagang pakaian di toko Catalonia yang menyatakan bahwa :

” Untuk mengatasi permasalahan yang ada kami biasanya salaing belajar memahami fitur – fitur aplikasi sosial yang ada selain itu kami juga memanfaatkan media seperti youtube dalam mempelajarinya serta juga apabila ada video yang terkena hak cipta maka musik video tersebut kami ganti agar video aman”

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan ditemukan bahwa

penggunaan aplikasi online yang digunakan oleh para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi tidak memiliki dampak terhadap pendapatan penjualan pakaian. Hal ini diperkuat dengan wawancara yang penulis lakukan kepada para pedagang. Yang mana dari wawancara yang penulis lakukan dengan pedagang toko Smile Ladies terkait pendapatan pedagang saat menggunakan aplikasi online:

> *" kalau pendapatan tidak begitu pengaruh saat saya menggunakan aplikasi online, hampir sama saat penjualan langsung. Ini mungkin terjadi karena aplikasi online sudah marak juga dimana – mana tentu saingan saya bukan di pasar atas saja"*

Hal ini diperkuat lagi dari pernyataan pedagang pakaian toko Pai Balanjo yang menyatakan bahwa :

> *" hampir sama saja nak, kadang naik kadang turun sama dengan waktu belum menggunakn aplikasi online"*

dari pernyataan beberapa pedagang diperoleh kesimpulan bahwa walaupun sudah memakai aplikasi online dalam melakukan pemasaran, terkait dengan pendapatan para pedagang mengaku bahwa pendapatan yang diperoleh cenderung stabil.

BAB V
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan kepada para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi , maka disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi media social dalam melakukan promosi tidak terlalu berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi.

hal ini terjadi karena *Pertama*, dari segi penggunaan media social masih banyak para pedagang yang belum menguasai penggunaan fitur – itur yang ada pada media sosial. *Kedua*, pedagang mengaku bahwa sesuai perkembangan zaman saat ini sudah banyak pedaggang pakaian yang memanfaatkan media social sebagai ajak promosi sehingga saingan pedagang pakaian bukan hanya di kota bukittinggi akan tetapi sudah skala nasional bahkan internasional.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan diatas maka peneliti menyampaikan saran – saran sebagai berikut:

a. Bagi para pedagang pakaian di pasar atas kota Bukittinggi agar mampu menguasai dan belajar menguasai fitur – fitur aplikasi media social dengan baik, sehingga mampu menciptakan hasil foto atau video yang mampu menarik konsumen.

b. Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas pembahasan terkait dengan penelitian yang dilakukan tentang pendapatan pedagang pakaian. Karena penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

Acep Faizal Ramdan dan Neli Purnama Sari, *Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran Dan Al-Sunnah (Urgensitas Penerapan Prinsip Halalan Thayyiban sebagai indikator dalam Mengukur Hukum Keabsahan terhadap Praktik Jual Beli),* (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati , 2017), hal 16.

Adanan Murroh Nasution, *Jual Beli Kredit Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam,* Jurnal Yurisprudeita, Volume 2 Nomor 2, Desember 2016, hlm. 19.

Afifudin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012) Cet ke-2 hal. 134

Afzalur Rahman, "*Doktrin Ekonomi Islam*", jilid 2, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995). hlm. 361

Anak Agung Gede Maheswara, Nyoman Djinar Setiawan, Ida Ayu Nyoman Saskara, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UKM Sektor Perdagangan di Kota Denpasar". *E-Jurnal* Ekonomi dan BisnisUniversitas Undayana 5.12 (2016): 4271-4298, ISSN: 2337-3067. hlm. 4283.

Arther Manueke, *Jurnal Penyerapan Tenaga Kerja usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Agribisnis dan Non-Agribisnis* (Studi kasus: di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara), Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2015. hlm. 6.

Candra Ahmad, *E – Business dan E-commerce* ,(Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017) hlm. 35

Departemen Agama RI, *Op.Cit.* QS. At-Talaq (65): 2-3. hlm. 559 dan 7

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, "*Metode Penelitian Pendekatan Praktik DalamPenelitian",* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 21

Fadillah, *Dampak pembelian online terhadap omzet penjualan busana Wanita di blok B lantai LG Los A-D, Pasar Tanah Abang*, jurnal economic, Accounting, management and Business, vol2, no.4 2019. Hlm. 391

Gregori Mankiw, *"Pengantar Ekonom*i", jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 130.

Hasil Observasi Penulis dengan Para Pedagang pada tanggal 17 Maret 2024 di Pasar Atas Kota Bukittinggi.

Hasil Wawancara Penulis kepada para pedagang pakaian di Pasar Atas Kota Bukittinggi pada Tanggal 17 Maret 2024.

Hepi Andi Bastoni, "*Beginilah Rasulullah Berbisnis"*, (Bogor: Pustaka al- Bustan, 2013) hlm. 4-5.

Ikatan Akuntan Indonesia, "*Standar Akuntansi Keuangan",* (Jakarta: Salemba Empat, 1994), hlm. 233.

Irdha Yanti Musyawarah, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Volume 1, Nomor 1, 2022. Hlmn. 2

Karl E. Case, Ray C. Fair, "*Prinsip-prinsip Ekonomi*", edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga,2007), hlm. 445 dan 124.

Lia Amalia, "*Ekonomi Pembangunan",* (Jakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm. 30

M. Umer Chapra, "*Islam dan Tantangan Ekonomi",* Penerjemah: Nur Hadi Ihsan, Rifki Amar, S.E, Cet. 1. 1999, hlm. 361.

M.Th. Handayani, Ni Wayan Putu Artini, "Kontribusi Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pembuat Makanan Olahan Terhadap Pendapatan Keluarga". *Jurnal Sosial Ekonomi*, Vol.5, 2009, hlm. 9.

Megi Saputra, *Dampak E – Commerce terhadap pendapatan pedagang sandang di pasar Batu Sangkar*

Muana Naga, "*Makro Ekonomi",* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 200.

Muhammad Bayu Pramesta, *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Fashion Brand*, Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Volume 19, Nomor 2, 2023, hlm. 139

Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999) hal. 112

Mustafa Edwin Nasution, "*Pengenalan Ekslusif Ekonomi Islam"*, (Jakarta: Kencana PenadaMedia Grup, 2007), hlm. 132.

Raharja, Pratama dan Mandala Manurung, "*Pengantar Ilmu Ekonomi"*, (Jakarta: FEUI, 2008), hlm. 258-259.

Respository.usu.ac.id/bitstream/123456789/25165/2/reference.pdf.

Rosinta Romauli Situmeang, *Dampak Bisnis Online dan Lapagan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat, Journal of Innovation an Entrepreneurship*, Vol. 02 no. 03, hlm. 319

Shobirin, *Jual Beli dalam Pandangan Islam,* Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 3, No. 2, Desember 2015, hlm 240.

Supranto, *Metode Riset dan Aplikasinya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997) cet ke-1 hal. 6.

Supriadi Yosup Boni. *Apa Salah MLM?,* (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2017), hal *28.*

Yanti Sale, "Analisis Pendapatan Usaha Pengrajin Gula Aren Di Desa Tulo"a Kecamatan Bulango Utara Kabupaten Bone Bolango", *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* Vol. 1 No. 4, April-Juni 2014, hlm. 222.