STRATEGI EKONOMI ISLAM DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG USAHA PAKAIAN BEKAS DI PASAR PUTIH BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Seminar Proposal Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Oleh:

SILVIA MARDIANA
3217166

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M.DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

1445 H/ 2024

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang bersifat universal yang membuat berbagai persoalan kehidupan manusia yang diungkapkan secara rinci. Selain itu, ajaran Islam juga mengatur perilaku manusia, baik dalam kaitannya sebagai mahluk dengan tuhannya maupun kaitannya sebagai sesama mahluk. Dengan demikian, semakin berkembangnya perekonomian suatu negara, semakin meningkat pula permintaan atau kebutuhan pendanaan untuk membiayai kebutuhan hidup sehari-hari mereka. Islam memberi jalan kepada manusia untuk berhubungan antara satu dengan yang lainnya sesuai Alquran dan Hadis agar terhindar dari kepicikan dan kesukaran. Dimana kebahagiaan merupakan tujuan utama kehidupan manusia. Manusia akan memperoleh kebahagiaan ketika seluruh kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, baik dalam aspek material maupun spiritual, dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Sebagai hamba Allah, manusia harus diberi tuntutan langsung agar hidupnya tidak menyimpang dan selalu diingatkan bahwa manusia diciptakan untuk beribadah kepada-Nya. Sebagai khalifah manusia ditugasi untuk memakmurkan kehidupan ini maka dari itu manusia diberi kebebasan

berusaha dimuka bumi, dan manusia harus kreatif, inovatif, kerja keras dan berjuang untuk hidupnya dan memperoleh penghasilan atau pendapatan.[1]

Pendapatan adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam suatu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Bentuk usaha yang menghasilkan pendapatan salah satunya adalah dengan jual beli. Sedangkan Jual beli adalah pertukaran harta dari penjual kepada pembeli sesuai dengan harga yang disepakati. Jual beli itu sendiri menurut bahasa adalah saling menukar (pertukaran). Menurut istilah syara' jual beli adalah pertukaran harta atas suka sama suka.[2]

Jual beli juga identik dengan perdagangan dimana keduanya mengacu pada proses pertukaran barang atau jasa antara pihak yang berbeda. Dalam konteks ekonomi, keduanya memiliki arti yang serupa, yaitu aktivitas yang melibatkan pembelian dan penjualan.

Salah satu jual beli yang dilakukan oleh masyarat yaitu jual beli pakaian bekas. Dimana pakaian bekas atau biasa disebut *Thirfting*, yaitu kegiatan berbelanja di toko barang bekas atau pasar loak yang masih layak pakai, tapi dengan harga miring. Di Kota Bukittinggi tidak hanya terkenal dengan wisatanya tetapi juga mempunyai daya tarik lainnya. Salah satunya

[1] A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Fikih dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, cet. Ke-3 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010),h.129.

[2] Syafii Jafri, *Fiqih Muamalah*, (Pekan Baru: Suska Press, 2008), h.45

adalah keberadaan Pasar Putiah yang lebih dikenal dengan Butik. Bisa dikatakan, semua barang seken/bekas berkualitas bisa didapatkan di sini.

Hampir seluruhnya barang yang dijual di Pasar ini merupakan barang bekas. Terutama pakaian, Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia selain pangan dan papan. Kebutuhan pokok ini menjadikan pakaian menjadi sesuatu yang slalu ingin terpenuhi kebutuhannya dan slalu melekat pada tubuh seseorang yang akan memberikan kepantasan, kenyamanan, serta keamanan dalam kehidupan sehari-hari.

Pakaian bekas banyak diperjual belikan di pasar ini, Karena dampak positif pakaian bekas yang dapat mempengaruhi masyarakat, dengan menjual pakaian bekas, pedagang mengalami keuntungan yang terkadang hampir dua kali lipat dari modal dan pembeli memperoleh kebutuhannya dengan harga murah, terjangkau dan berkualitas tinggi.

Melihat pada kondisi masyarakat pada saat ini banyak yang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya hal itu membuat banyak orang yang cenderung membeli pakaian bekas dari pada pakaian baru. Kondisi seperti ini terjadi karena perekonomian yang sangat lemah sehingga untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pun sangat sulit apalagi untuk membeli sebuah pakaian baru.

Secara rasio barang bekas tidak lepas dari sifat cacat selain melihat barang yang dijual pembeli membutuhkan tempat, sehingga melihat barangnya secara langsung dan mengidentifikasi kecacatan barang tersebut

sesuai atau tidak dengan kekurangan barang yang dijual, karena cacat menurut bahasa apa-apa yang dapat menghilangkan kejadian suatu barang yang menyebabkan berkurangnya keaslian barang tersebut.[3]

Adapun bekas mempunyai beberapa pengertian, yaitu bisa diartikan dengan tanda tertinggal atau tersisa yang sebelumnya sudah terpakai, atau sesuatu yang tertinggal sebagai sisa yang sudah rusak, yang tidak digunakan lagi dan sebagainya.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa pedagang pakaian bekas dapat disimpulkan bahwa pada saat ini banyaknya orang yang berminat membuka usaha jual beli pakaian bekas ini sehingga menyebabkan tingginya persaingan. Adapun terdapat 150 kios yang ada di pasar tersebut, belum lagi kios-kios pakaian bekas lain yang berada di luar pasar. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan para pedagang. Tidak hanya itu, karena bertambah banyaknya pesaing maka semakin sulit juga bagi para pedagang untuk mendapatkan pemasokan pakaian bekas ini. Dimana biasanya para pedagang mendapatkan satu sampai dua karung setiap minggunya jadi hanya mendapatkan satu karung dalam dua minggu.

Sementara itu Pemerintah juga melarang perdagangan pakaian bekas eks impor yang tidak di informasikan. Karena sudah diatur dalam UU No.07 Tahun 2014 tentang perdagangan. Pada Pasal 47 UU No 07 Tahun 2014 ayat

[3] Ahmad Azhar Basir, *Azaz-Azas Hukum Muamalah*, (Yogyakarta: Fakultas UII,1993),h.83.

(1) tertulis bahwa setiap impor wajib mengimfor dalam keadaan baru. Kemudian pada Pasal 111 dalam undang-undang yang sama ditulis bahwa setiap imfortir yang menginfor barang dalam keadaan tidak baru sebagaimana dalam Pasal 47 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 5 milyar.[4]

Untuk mengatasi penurunan pendapatan tersebut para pedagang melakukan berbagai macam strategi seperti: mempromosikan barang dagangannya diberbagai media sosial, memberi diskon diakhir bulan dan meningkatkan pelayanan serta kualitas barang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. ada sekitar 150 kios yang dapat meyebabkan terjadinya penurunan pendapatan pedagang.
2. adanya keterbatasan memperoleh sumber pakaian bekas bagi pedagang.
3. Adanya ketidakjelasan barang yang datang
4. Berkurangnya kepercayaan konsumen.

[4] UU No. 07 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis membatasi permasalahannya yaitu mengenai Strategi Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Usaha Pakaian Bekas di Pasar Putih Bukittinggi.

D. Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul dan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak penjualan pakaian bekas terhadap pendapatan pedagang di Pasar Putih Bukittinggi?
2. Apa saja kendala yang dihadapi pedagang dalam meningkatkan pendapatan?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan pendapatan?
4. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang dalam penjualan pakaian bekas di Pasar Putih Bukittinggi?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   a Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan pendapatan.

b Untuk mengetahui kendala apa saja yang di hadapi pedagang dalam meningkatkan pendapatan.

2. Kegunaan Penelitian

a Menambah ilmu pengetahuan tentang jual beli khususnya dalam jual beli pakaian bekas.

b Untuk menambah pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana dampak dan strategi Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Loak Bukittinggi menurut tinjauan Ekonomi Islam.

c Sebagai persyaratan akademis dalam penyelesaian studi strata 1 (S1) pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Bukittinggi.

F. Penjelasan Judul

Untuk lebih memudahkan pemahaman terhadap judul dalam penelitian ini dan menghindari terjadinya kesalahan pemahaman dalam melakukan penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan penjelasan istilah istilah yang terdapat dalam judul, yaitu :

Penjualan : suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian

mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.[5]

Pendapatan : jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan meliputi penjualan produk atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam aktivitas operasi suatu perusahaan.[6]

[5] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2002), h.5

[6] Sukino Sadono, *Teori Pengantar Ekonomi Makro*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006),h.39

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasia Indonesia Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.[7] Menurut kamus lengkap bahasa Indonesia strategi merupakan cara atau siasat.[8] Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dimasa yang akan datang.

Beberapa macam strategi yang dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono dalam buku Strategic Managemen in Action yang ditulis oleh Husein Umar menjelaskan bahwa strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Selain definisi-definisi strategi secara umum, ada juga definisi-definisi secara khusus yang dijelaskan oleh dua orang pakar strategi, yaitu Hamel

[7] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*,(Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal.109

[8] Sulchan Yasyin, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Amanah, 1997), hal. 443

dan Prahalad, yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yaitu "strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hamper selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.[9]

b. Macam-macam strategi

Tujuan adanya strategi dan sengjeta bisnis adalah suatu strategi masyarakat dalam mencari metode untuk mencegah dan menyelesaikan sengketa. Berbagai macam strategi dalam penyelesaian perkara sengketa bisnis baik secara formal maupun non-fprmal dapat dijadikan acuan untuk menjawab sengketa yang ada.[10]

Untuk memecahkan dan menyelesaikan sengketa yang ada dapat dilalui dengan beberapa strategi penyelesaiaan sengketa.

---

[9] Husein Umar, *Strategic Managemen in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama, 2001), hal. 31

[10] Fitrotin Jamilah, *Strategi Penyelesaiaan Sengketa Bisnis*, (Yogyakarta: Medpress Digital, 2014), hal. 26-28

Macam-macam strategi untuk menyelesaikan sengketa bisnis antara lain:

1. Proses Litigasi

Pada proses litigasi ini, semua pihak yang berperkara langsung berhadapan didepan majelis peradilan. Para pihak tersebut biasanya didampingi oleh lawyer masing-masing dan mereka sama-sama mempertahankan haknya dan adu argumentasi. Keputusan hasil dari proses litigasi biasanya bersifat memaksa dan juga mempunyai kekuatan hukum tetap, ada pihak yang kalah dan ada pihak yang menang.

Selain litigasi lewat peradilan, ada juga litigasi melalui arbitrase, yaitu penyelesaian sengketa dengan menggunakan seorang arbiter.

2. Proses Nonlitigasi

Proses nonlitigasi ini adalah salah satu strategi penyelesaiaan secara kooperatif. Karena dalam proses strategi ini sangat berbeda dengan proses litigasi dalam penyelesaiaan sengketa bisnis. Pada saat ini beberapa strategi penyelesaian nonlitigasi yaitu:

a) Secara damai atau kekeluargaan

Strategi ini sering kita jumpai dalam suatu sengketa, karena para pihak tidak ingin memperpanjang masalah dan juga tidak menginginkan urusan yang tambah rumit. Dengan cara damai atau kekeluargaan inilah yang dapat menghindarkan rasa permusuhan yang terjadi akibat suatu sengketa.

b) Negosiasi

Dalam strategi penyelesaian perkara negosiasi dilakukan antara pihak-pihak yang bersengketa tanpa adanya pihak kedua. Dengan cara berkomunikasi untuk mencari jalan keluar yang terbaik bagi kedua belah pihak yang bersengketa.

c) Mediasi

Mediasi ini hampir sama dengan negosiasi, hanya saja pada mediasi diperlukan adanya orang ketiga untuk menjadi moderator. Moderator adalah pihak menengah antara pihak-pihak yang bersengketa, mediator haruslah dari pihak luar agar bisa berlaku adil dan tidak memihak.

d) Konsiliasi

Strategi yang terakhir yaitu konsiliasi. Konsiliasi ini lanjutan dari mediasi, biasanya mediator berubah menjadi konsiliator. Seorang konsiliator mempunyai hak untuk menawarkan beberapa rumusan untuk dijadikan jalan keluar oleh pihak-pihak.

e) Arbitrase

Arbitrase adalah salah satu cara atau strategi penyelesaiaan sengketa bisnis yang telah dikenal lama dalam hokum nasional maupun internasional. Namun, demikian sampai pada saat ini belum ada batasan atau definisi resmi mengenai arbitrase.

B. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Pengertian jual beli (البيع) secara syara‟ adalah tukar menukar harta dengan harta untuk memiliki dan memberi kepemilikan. Jual beli atau perdagangan dalam istilah etimologi berarti menjual atau mengganti.

Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat. Menurut ulama Hanafiyah jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang dibolehkan. Menurut Imam Nawawi pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan. Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab Al-mugni adalah pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik.

Dalam reaksi lain pengertian jual beli menurut istilah yaitu tukar menukar barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.[11] Imam taqiyuddin mendefinisikan jual beli adalah tukar menukar harta,saling menerima,dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan Islam.[12] Dari beberapa pengertian diatas dapat dipahami bahwa pengertian jual beli adalah kesepakatan tukar menukar barang atau

[11] Ruf‟ah Abdulah , Fikih Muamalah, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 65.
[12] Imam Taqiyyudin Aby Bakrin Muhammad Al Husaain, Kifayatul Akhyar, Juzz II, (Bandung: CV. Alma‟arif, 2011), h. 29

barang dengan uang yang dapat ditasharrufkan, disertai pertukaran hak kepemilikan dari yang satu ke yang lain secara suka rela sesuai dengan ketentuan Islam.

2. Dasar Hukum Jual beli

Dasar hukum diperbolehkannya jual beli yaitu berdasarkan Al-Qur'an, sunnah dan ijma'.

a) Al-Qur'an

Dasar hukum jual beli dalam Al-Qur'an diantaranya terdapat dalam ayat:

1. Surat An-nisa:29

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Terjemahnya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*. (QS. An-Nisaa‟: 29)[13]

[13] Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Jumanatul Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung CV Penerbit J-ART, 2005) h. 83.

2. Surat Al–Baqarah ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ اَنْ تَبْتَغُوْا فَضْلًا مِّنْ رَّبِّكُمْ ۗفَاِذَآ اَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفٰتٍ فَاذْكُرُوا اللّٰهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖوَاذْكُرُوْهُ كَمَا هَدٰىكُمْ ۚوَاِنْ كُنْتُمْ مِّنْ قَبْلِهٖ لَمِنَ الضَّاۤلِّيْنَ

Terjemahnya: "*Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu. Maka apabila kamu bertolak dari arafah berzikirlah kepada Allah SWT di Masy'aril Haram. Dan berzikirlah kepada-Nya sebagaimana dia telah memberi petunjuk kepadamu, sekalipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang yang tidak tahu.*" (QS. Al Baqarah: 198)[14]

b) As–Sunnah

Diantara Hadis yang menjadi dasar jual-beli yakni Hadis yang diriwayatkan oleh HR. Bazzar dan Hakim : "Rifa"ah bin Rafi", *sesungguhnya Nabi SAW. Ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Nabi SAW menjawab: seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur*".(HR. Bazzar dan Hakim).[15]

Dari hadist lain dimana Rasulullah SAW bersabda:

[14] *Ibid*, 31.

[15] Al-Hafizh bin Hajar Al-,,Asqalani, Bulughul Maram, (Indonesia: Darul ahya Al-Kitab Al-Arabiyah), h. 158.

"Dari Abi Said, Nabi SAW bersabda: *pedagang yang jujur lagi percaya adalah bersama-sama para nabi, orang yang benar adalah syuhada*"(HR. Tarmizdi).[16]

3. Rukun Dan Syarat Jual Beli

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan interaksi, dengan berinteraksi mereka dapat mengambil dan memberikan manfaat satu sama lain. Salah satu praktek yang merupakan hasil interaksi sesama manusia adalah terjadinya jual beli yang dengannya mereka mampu mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan.

Islam mengatur permasalahan ini dengan rinci dan seksama sehingga ketika mengadakan transaksi jual beli, manusia mampu berinteraksi dalam koridor syariat dan terhindar dari tindakan-tindakan aniaya terhadap sesama manusia, hal ini menunjukkan bahwa Islam merupakan ajaran yang bersifat universal dan komprehensif.

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Rukun Jual beli ada tiga, yakni : akad (ijab Kabul), orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan barang (objek jual beli).

a. Akad (Ijab Kabul)

[16] Abi Isa Muhammad Bin Isa Bin Surah at-Tirmidzi, Sunan atTirmidzi, (Indonesia: Dahlan, Juz III, t.th), h. 341.

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan kabul dilakukan sebab ijab kabul menunjukkan kerelaan. Pada dasarnya ijab kabul dilakukan dengan lisan, tetapi kalau tidak mungkin, misalnya bisu atau yang lainya boleh ijab kabul dengan surat-menyurat yang mengandung arti ijab dan kabul.[17]

Menurut Sayyid Sabiq dalam bukunya Fiqih Sunnah ijab merupakan ungkapan awal yang diucapkan oleh salah satu dari dua pihak yang melakukan akad. Dan qabul adalah pihak yang kedua.[18]

Menurut Imam Syafi'i jual beli bisa terjadi baik dengan kata-kata yang jelas maupun kinayah (kiasan) dan menurut beliau itu tidak akan sempurna sehingga mengatakan "sungguh aku telah beli padamu".[19]

Memperhatikan pandangan para fuqaha' tersebut, maka dalam masalah ini penulis dapat menggaris bawahi bahwa jika kerelaan tidak tampak, maka diukurlah dengan petunjuk bukti ucapan (ijab qabul) atau dengan perbuatan yang dipandang urf (kebiasaan) sebagai tanda pembelian dan penjualan.

---

[17] Hendi Suhendi, Fiqih Muammalah, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 70

[18] Sayyid Sabiq, Fiqh Sunnah, Nur Hasanuddin, Terj. "Fiqh Sunnah", Jilid 4,(Jakarta: Pena Pundi Aksara, Cet. Ke-1, 2006), hlm.121

[19] Abdul Wahid Muhammad Ibnu Rusyd, Bidayatul Mujtahid, Ghazali Said, Terj. "Bidayatul Mujtahid",(Jakarta: Pustaka Amani, 2007), hlm. 797.

b. Aqid (Penjual dan Pembeli)

Hal ini dua atau beberapa orang melakukan akad, adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad ialah:

1. Baligh dan berakal
2. Kehendaknya Sendiri(Tanpa ada paksaan)

c. Ma'qud Alaih (objek akad)

Syarat-syarat benda yang dapat dijadikan objek akad yaitu: suci, memberi manfaat menurut syara‟, tidak dibatasi waktu, dapat diserah terimakan, milik sendiri, dan diketahui. Disamping syarat-syarat yang berkaitan dengan rukun jual beli diatas, para Ulama fiqih juga mengemukakan syarat-syarat lain, yaitu:

1. Jual beli itu terhindar dari cacat, seperti kriteria barang yan diperjual belikan itu tidak diketahui, baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya, jumlah harga tidak jelas, jual beli itu mengandung unsur paksaan, tipuan, mudarat, serta adanya syarat-syarat lain yang membuat jual beli itu rusak.
2. Apabila barang yang diperjual belikan itu benda bergerak, maka barang itu boleh langsung dikuasai pembeli dan harga barang dikuasai penjual. Adapun barang tidak bergerak boleh dikuasai setelah surat menyurat diselesaikan sesuai dengan „urf (kebiasaan) setempat.

3. Jual beli baru boleh dilaksanakan apabila yang berakad mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli, dalam artian orang yang mewakili atas jual beli barang orang lain harus mendapaktan persetujuan dari yang diwakilinya.
4. Syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual beli, ulama fiqih sepakat bahwa jual beli baru bersifat mengikat apabila jual beli terbebas dari khiyar, jual beli itu belum mengikat dan masih boleh dibatalkan apabila masih ada hak khiyar.[20]

4. Macam-macam Jual Beli

a.Ditinjau dari segi hukum

Ditinjau dari segi hukumnya jual beli dibedakan menjadi tiga yaitu jual beli shahih, bathil dan fasid

1. Jual beli shahih

Dikatakan jual beli shahih karena jual beli tersebut sesuai dengan ketentuan syara', yaitu terpenuhinya syarat dan rukun jual beli yang telah ditentukan

2. Jual beli bathil

Yaitu jual beli yang salah satu rukunnya tidak terpenuhi atau jual beli itu pada dasarnya dan sifatnya tidak disyari"atkan. Misalnya,

[20] Abdul Rahman Ghazali, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq, Fiqih Muamalat, hlm. 77-78.

jual beli yang dilakukan oleh anak-anak, orang gila atau barang-barang yang diharamkan syara' (bangkai, darah, babi dan khamar).

3. Jual beli fasid

Menurut Ulama Hanafi yang dikutip dari bukunya Gemala Dewi yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia bahwa jual beli fasid dengan jual beli batal itu berbeda. Apabila kerusakan dalam jual beli terkait dengan barang yang dijual belikan, maka hukumnya batal, misalnya jual beli benda-benda haram. Apabila kerusakan kerusakan itu pada jual beli itu menyangkut harga barang dan boleh diperbaiki, maka jual beli dinamakan fasid. Namun jumhur ulama tidak membedakan antara kedua jenis jual beli tersebut.

Fasid menurut jumhur ulama merupakan sinonim dari batal yaitu tidak cukup dan syarat suatu perbuatan. Hal ini berlaku pada bidang ibadah dan muamalah. Sedangkan menurut Ulama mazhab Hanafi yang dikutip dalam bukunya Gemala Dewi yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia, bahwa fasid dalam ibadah dengan muamalah itu berbeda. Pengertian dalam ibadah sama pendirian mereka dengan ulama-ulama lainnya (jumhur ulama). Sedangkan dalam bidang muamalah, fasid diartikan sebagai tidak cukup syarat pada perbuatan. Menurut mazhab Syafi"i yang dikutip dalam bukunya Gemala Dewi dalam bukunya yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia, fasid berarti tidak dianggap atau

diperhitungkan suatu perbuatan sebagaimana mestinya, sebagai akibat dari ada kekurangan (cacat) padanya.

Sesuatu yang telah dinyatakan fasid berarti sesuatu yang tidak sesuai dengan tujuan syara". Fasid dengan pengertian ini, sama dengan batal menurut mazhab Syafi"i yang dikutip dalam bukunya Gemala Dewi yang berjudul "Hukum PerikatanIslam di Indonesia". Akad yang fasid tidak membawa akibat apapun bagi kedua belah pihak yang berakad.

b. Ditinjau dari segi objek (barang)

Ditinjau dari segi benda yang dijadiakan objek jual beli, menurut Imam Taqiyuddin yang dikutip dalam bukunya Hendi Suhendi yang berjudul Fiqh Muamalah, bahwa jual beli dibagi menjadi dua bentuk yaitu:

1) Jual beli benda yang kelihatan Yaitu pada saat melakukan akad jual beli, benda atau barang yang diperjual belikan ada didepan pembeli dan penjual.
2) Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji Yaitu jual beli salam (pesanan) atau jual beli barang secara tangguh dengan harga yang dibayarkan dimuka, atau dengan kata lain jual beli dimana harga dibayarkan dimuka sedangkan barang dengan kriteria tertentu.

c. Ditinjau dari Subjek(Pelaku Akad)

1. Akad jual beli dengan lisan yaitu Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan dengan mengucapkan ijab qobul secara lisan. Bagi orang yang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendaknya.

2. Akad jual beli dengan perantara yaitu Akad jual beli yang dilakukan dengan melalui utusan, perantara, tulisan atau surat menyurat sama halnya dengan ijab qobul dengan ucapan. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli yang tidak berhadapan dalam satu majlis. Dan jual beli ini diperbolehkan syara‟.

3. Akad jual beli dengan perbuatan Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah mu'athah yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul. Seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya.

Jual beli demikian dilakukan tanpa shigat ijab qabul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi‟iyah yang dikutip dalam bukunya Hendi Suhendi yang berjudul Fiqh Muamalah, bahwa hal ini dilarang sebab ijab qabul sebagai rukun jual beli, tetapi menurut Mazhab Hanafiah membolehkan karena ijab qabul tidak hanya berbentuk perkataan tetapi dapat berbentuk perbuatan pula yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang). Berdasarkan

penjelasan diatas, ditinjau dari subjeknya akad jual dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu mengucapkan ijab qabul secara lisan atau isyarat bagi orang yang bisu, melalui utusan atau perantara apabila penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majlis, dan akad jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul atau dikenal dengan istilah mu'athah.

5. Objek Jual-Beli dalam Islam (Ma'qud Alaih)

   Adapun Syarat-syarat Objek Jual-Beli adalah sebagai berikut :

   a Suci atau mungkin dapat disucikan sehingga tidak sah penjualan benda-benda najis seperti arak, anjing, babi, dan yang lainnya, Rasulullah SAW, bersabda: "Dari Jabir r.a. Rasulullah saw. Bersabda: Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan penjualan arak, bangkai, babi dan berhala." (HR. Bukhori dan Muslim).[21]

   Dalam riwayat lain, Nabi menyatakan," kecuali anjing untuk berburu" boleh diperjual belikan. Menurut Syafi"iyah, haramnya arak, bangkai, anjing dan babi adalah karena najis, sedangkan berhala bukan karena najis, tetapi karena tidak ada manfaatnya.

[21] Al-Hafidz bin Hajar, Al-Asqalani, Bulughul Maram, hlm 158.

b Memberi manfaat menurut syara‟, maka dilarang jual beli benda-benda yang tidak boleh diambil manfaatnya menurut syara", seperti menjual babi, kala, cicak dan sebagainya.

c Jangan ditaklikan, maksudnya adalah tidak dikaitkan atau digantungkan kepada hal-hal lain, seperti jika ayahku pergi, kujual motor ini kepadamu.

d Tidak dibatasi waktunya, seperti perkataan saya jual mobil ini kepada tuan selama satu tahun, maka penjualan tersebut tidak sah, sebab jual beli merupakan salah satu sebab pemilikan secara penuh yang tidak dibatasi apa pun kecuali ketentuan syara".

e Dapat diserahkan dengan cepat maupun lambat. Tidaklah sah menjual binatang yang sudah lari dan tidak dapat ditangkap lagi. Barang-barang yang sudah hilang atau barang yang sulit diperoleh kembali karena samar, seperti seekor ikan jatuh ke kolam, karena terdapat ikan-ikan yang sama.[22]

f Milik sendiri, tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak seijin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.

[22] Hendi Suhendi, Fiqih Muammalah, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) h. 72.

g Diketahui (dilihat), barang yang diperjual belikan harus dapat diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, maka tidaklah jual beli yang menimbulkan keraguan salah satu pihak.[23]

Jadi untuk keabsahan jual beli, maka benda yang dijadikan objek jual beli (ma'qud 'alaih) harus memenuhi syarat-syarat berikut: barang harus suci atau dapat di sucikan, bermanfaat, dapat diserahkan, tidak dibatasi waktunya, milik sendiri, dapat diketahui jumlahnya maupun takarannya.

6. Etika Jual Beli

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu ethos yang memiliki pengertian adat istiadat (kebiasaan), perasaan batin kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan.[24]

Sebagaimana didalam buku Kamus Istilah Pendidikan dan Umum bahwa etika adalah bagian dari filsafat yang mengajarkan tentang keluhuran budi (baik/buruk).

Etika bagi seseorang terwujud dalam "kesadaran moral (moral consciousness) yang memuat keyakinan 'benar atau tidak' sesuatu."[25] Maka singkatnya bahwa pokok persoalan etika ialah "segala pebuatan

[23] Hendi Suhendi, Fiqih Muammalah, h.73.

[24] Zahruddin AR, M. M.Si, Hasanuddin Sinaga, S. AG., M. A, Pengantar Studi Ahlak, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 43

[25] Faisal Badroen, Etika Bisnis Dalam Islam, (Jakarta: kencana perdana media group, 2006), Ed. Pertama. Cet. 1, h. 5

yang timbul dari orang yang melakukan dengan ikhtiar dan sengaja, dan ia mengetahui waktu melakukannya apa yang ia perbuat."[26]

Jelasnya etika islam adalah "doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran Islam yang terdapat didalam Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW, didalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat terpuji (mahmudah)."[27]

Nilai-nilai luhur yang tercakup adalah Etika Islam, sebagai sifat terpuji (mahmudah) antara lain: berlaku jujur (al-amanah), berbuat baik kepada kedua orang tua (birrul walidaini), memelihara kesucian diri (aliffah), kasih sayang (ar-rahmah), berlaku hemat (al-iqtishad), perlakuan baik (ihsan), kebenaran (shidiq), keadilan ('adl), keberanian (syaja'ah).[28]

Adapun hal-hal yang berhubungan dengan jual beli, yaitu etika, prilaku atau tingkah laku dari pedagang maupun pembeli itu sendiri. Kode etik dagang menurut Islam adalah peraturan-peraturan Islam yang berurusan dengan jual beli dan segala sesuatu yang berhubungan dengan perdagangan, yang memiliki tolak ukur dari akal pikiran manusia itu sendiri. Misalnya: haramnya memperdagangkan babi. Ukuran baik atau buruknya suatu tindakan dalam aktivitas

---

[26] Ahmadamin, ETIKA (Ilmu Akhlak), alih bahasa K.H. Farid Ma'ruf, (Jakarta: Bulan Bintang, 1995), Cet. 8, h. 5

[27] sudarsono, Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), Cet. Ke 3, h. 41

[28] *Ibid*, h. 41-42.

perdagangan, misalnya: buruknya menyembunyikan cacat barang untuk melariskan dagangan dan baiknya berlaku longgar serta murah hati dalam jual beli.[29]

Islam adalah agama yang sangat sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan, seperti halnya berdagang juga diatur bagaimana cara berdagang yang baik sesuai dengan tuntutan Islam. Seseorang berdagang bertujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi, dalam pandangan ekonomi Islam, bukan sekedar mencari keuntungan melainkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usah tersebut dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.[30]

Untuk memperolah keberkahan dalam jual beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai etika (sikap) yang mencerminkan akhlak dari seseorang pedagang adalah sebagai berikut:

a Larangan memperdagangkan barang-barang haram

b Bersikap benar, jujur, amanah dan tidak curang

c Sikap adil dan haramnya bunga (riba)

d Menerapkan kasih sayang dan larangan terhadap monopoli

[29] Hamzah Ya'Qub, Fiah Muamalah Kode Etik Dagang Menurut Islam, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), h. 17

[30] Burhanudin Salam, Etika Individual Pola Dasar Filasafat Moral, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), Cet. Ke-1, h. 202

e Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat

f Jangan menyembunyikan cacat barang

g Longgar dan bermurah hati.

7. Tujuan dan Bentuk-Bentuk Jual Beli

Bentuk-bentuk jual beli dapat dilihat dari beberapa segi

a. Dilihat dari keabsahannya menurut syara ada dua bentuk jual beli, yaitu:

a Jual beli yang sahih, jual beli yang telah memenuhi semua rukun dan syarat.

b Jual beli yang tidak sahih, jual beli yang salah satu atau semua rukunnya tidak terpenuhi.

b. Dilihat dari objek jual beli ada tiga bentuk:

a Jual beli umum yaitu menukar barang dengan uang.

b Jual beli al-sharf atau money changer yaitu penukaran uang dengan uang.

c Jual beli barter yaitu menukar barang dengan barang.

c. Dilihat dari standardisasi harga ada tiga bentuk jual beli yaitu:

a Jual beli tawar menawar yaitu jual beli dimana pihak penjual tidak memberitahukan modal barang yang dijualnya.

b Jual beli amanah yaitu jual beli dimana penjual memberitahukan harga modal jualannya.

c Jual beli lelang yaitu jual beli dengan cara penjual menawarkan barang dagangannya, kemudian para pembeli saling menawar dengan menambah jumlah pembayaran dari pembeli sebelumnya, kemudian si penjual akan menjual dengan harga tertinggi dari pada pembeli tersebut. Dilihat dari cara pembayaran terdapat empat bentuk jual beli yaitu:

1) Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayarannya secara langsung.
2) Jual beli dengan pembayaran tertunda.
3) Jual beli dengan penyerahan barang tertunda
4) Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama-sama tertunda.[31]

8. Jual beli yang dilarang

Hanya dengan kesepakatan dan kerelaan yang berpangkal dari suka sama suka saja, tidak menjamin transaksi dapat dinyatakan sah dalam Islam yang mengatur adanya transaksi yang dibolehkan dan tidak dibolehkan, bahwa transaksi perdagangan dapat dikatakan tidak boleh (haram) jika masuk kedalam tiga kategori yang diharamkan yaitu:

1. Perdagangan yang terlarang meliputi jenis barang atau zat;

[31] Idri, Hadis Ekonmi Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 178

2. Perdagangan yang terlarang meliputi segala usaha atau obyek dagangnya
3. Perdagangan yang terlarang meliputi cara-cara dagang atau jual beli yang terlarang.

Dari segi perdagangan yang dilihat dari jenis dan zatnya terlarang untuk dilakukan, yaitu dengan melihat secara normatif yang terambil dari dasar hukum syar'i, walaupun dari segi akadnya perdagangan tersebut dipandang sah, karena terpenuhinya seluruh unsur transaksi yang melingkupi adanya subyek, obyek dan akadnya, namun karena barang yang secara zatnya terlarang, maka ia akan menjadi haram untuk dilaksanakan oleh kaum Muslim.

Barang yang disebutkan keharamannya dari segi zatnya yaitu diantaranya jual beli minuman keras, bangkai, daging Babi. Nasabah yang mengajukan pembiayaan minuman keras kepada bank dengan akad Murābahah, maka walaupun akadnya sah tetapi transaksi ini haram karena obyek transaksinya haram. Disamping itu ada pula barang yang haram diperjual belikan karena mengandung kesamaran yang begitu banyak bersangkutan dengan persoalan atau disebut dengan gharar, Seperti penjualan barang yang masih hijau,barang yang tidak ada, kandungan dalam perut binatang, kucing dalam karung.

Selain itu pula perdagangan dilarang dalam Islam jika ternyata hal tersebut hanya melanggar prinsip-prinsip kemanusiaan yang

diusung oleh etika (norma) Islam. Misalnya Tadlis, dimana terdapat ketidaktahuan diantara pihak-pihak yang bertransaksi,sehingga dapat menimbulkan kecurangan atau tipuan yang disebabkan hanya salah satu pihak yang mengetahui adanya

informasi. Ini dapat diartikan sebagai pelanggaran terhadap prinsipan taraddin minhum (kerelaan atau suka sama suka). Hal ini dapat terjadi dalam kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.

Secara kuantitas, tadlis terjadi karena adanya pedagang yang mengurangi takaran/timbangan atas barang yang dijualnya, secara kualitas, tadlis terjadi disebabkan oleh adanya ketidak jujuran yang menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan, demikian pula dengan tadlis yang dapat terjadi dalam kategori harga, di mana adanya penaikan harga barang yang tidak diketahui oleh pembeli yang melebihi harga pasar atau disebut dengan gaban, dan dilihat dari waktu penyerahan tadlis terjadi berkenaan dengan perjanjian atas sesuatu yang pada saat kontraknya memang dimilikinya, tetapi pihak tersebut mengetahui bahwa ia tidak sanggup untuk melaksanakan perbuatan tersebut sesuai dengan kontraknya pada saat kontrak tersebut berakhir.

Menimbulkan perbedaan pendapat berkenaan dengan penyerahan barang yang dilakukan karena berakhirnya kontrak atau yang dalam Islam disebut jual beli salam dan istishna'. Walaupun demikian, praktek atas kedua bentuk jual beli tersebut tetap

dilaksanakan seperti halnya dengan jual beli yang lainnya yang disepakati oleh kalangan ulama fiqh. Dasar dari perbedaan itu, sehubungan dengan faktor kualitas dan kuantitas barang yang akan diserahkan pada akhir transaksi dan juga karena keberadaan barang yang diperjanjikan menimbulkan keraguan, dimana biasanya perdagangan tersebut bersandarkan atas barang atau tanaman yang masih memerlukan waktu untuk mencapai kualitas dan kuantitas dari yang tercantum di dalam kontrak. [32]

C. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan di dapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan di dapatkan akan semakin maksimal.[33]

Penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.[34]

[32] Jurnal Hunafa Vol. 4 No. 3, September *2007*

[33] Rogi Gusrizal, et, al, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan, Jurnal Valuta, Vol 2 No 2, 2016, h. 292

[34] Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 5

Menurut Philip Kotler yang diterjemahka oleh Ronny A. Rusli dan Hendra penjualan adalah proses social manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.[35] Sedangkan menurut Chairul Marom penjualan artinya penjualan barang dengan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasa yang dilakukan secara teratur.[36]

Menurut Suryana penjualan adalah menyajikan barang agar konsumen menjadi tertarik dan melakukan pembelian.[37] Sedangkan menurut Preston dan Nelson dalam Winardi penjualan berarti berkumpulnya seorang pembeli dan seorang penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang-barang dan jasa jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga seperti misalnya pertimbangan uang.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawaran suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat tukar produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati. Suatu

---

[35] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 8.

[36] Chairul Marom, System Akuntansi Perusahaan Dagang, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), h. 28

[37] ratiwi Utamy, Sistem Imformasi Penjualan Menggunakan Aplikasi VB Net 2008 Pada CV Aulia, (Thesis, Politeknik Negeri Sriwijaya, 2016), h. 10

kesatuan usaha yang dinamis yang terdiri dari berbagai bagian yang berkaitan secara teratur, dan berusaha mencapai suatu tujuan adalah pengertian dari sistem. Jadi pengertian sistem penjualan adalah suatu kesatuan usaha transfer hak atas benda-benda yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan laba atau keuntungan.[38]

Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran. Penjualan mempunyai pengertian yang bermacam-macam tergantung pada lingkup permasalahan yang sedang di bahas.

2. Faktor yang mempengaruhi Penjualan

Aktifitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjualan

[38] Murti Sumarni, Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan, (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 321

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Maksudnya penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan:

1. Jenis dan karakter barang yang ditawarkan
2. Harga produk
3. Syarat penjualan seperti; pembayaran, penghantaran, pelayanan, garansi, dan lain sebagainya.[39]

b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

1. Jenis pasar
2. Kelompok pembeli atau segmen pasar
3. Daya belinya

[39] Robin Lent dan Genevieve Tour, 88 Strategi Penjualan Eksklusif, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 5.

4. Frekuensi pembeli

5. Keinginan dan kebutuhan.

c. Modal

Modal maksudnya akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual terseut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjualan. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli.

Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transfortasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk kegiatan tersebut.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan.

e. Faktor lain

Faktor-faktor lain ini seperti: periklanan, peragaan, kompanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi

penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Adapun pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baru. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, lainnya. Perusahaan mempunyai suatu kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Adapun tujuan umum penjualan yang dimiliki ole perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapat laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.[40]

3. Bentuk-bentuk Penjualan

Bentuk-bentuk penjualan antara lain:

a) Penjualan Tunai

Penjualan ini bersifat cash and carry, dimana penjualan umumnya terjadi kontan serta pembayarannya dari pembeli

[40] *Ibid*, h.404

selama sebulan dianggap kontan. Penjualan ini terjadi setelah ada kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

b) Penjualan Kredit

Penjualan ini termasuk non cash dengan tenggang waktu tertentu yang rata-rata diatas sebulan.

c) Penjualan Grosir

Penjualan grosir adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli melalui pedagang perantara yang menjadi pedagang pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

d) Penjualan Ekspor

Penjualan ini dilakukan dengan pihak pembeli, luar negeri mengimpor barang yang menggunakan fasilitas letter of credit

4. Jenis-jenis Penjualan

Menurut Murti Sumarni dalam bukunya bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan penjualan dapat dibedakan menjadi:

a. Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.

b. Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk persentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, televisi, brosur dan lain-lain.[41]

D. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode (Mankiw, 2003:156). Pendapatan juga dapat diartikan sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan (Sadono,2006:39)

Secara garis besar pendapatan di golongkan menjadi tiga golongan yaitu:

a. Gaji dan upah

b. Pendapatan dari usaha sendiri

c. Pendapatan dari usaha lain.

Dalam penelitian ini pendapatan yang dicari oleh peneliti adalah jenis pendapatan dari usaha sendiri (pedagang) yang berupa laba dari hasil menjual barang dan jasa.

Pendapatan tersebut juga bisa digolongkan kedalam pendapatan bersih karena pendapatan pedagang diperoleh dari hasil

[41] Murti Sumarni, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan, (Yogyakarta: Liberty, 2003), h. 321

jumlah pendapatan yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan (omzet penjualan) diperoleh setelah dikurangi modal, biaya gaji karyawan, reditribusi dan biaya lainnya.

E. Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas

Dalam menjual berbagai pakaian haruslah bersih dan barang yang diperjualbelikan harus menitik beratkan kepada aspek manfaat dari pada mudaratnya. Jual beli dalam hal ini ditemukan kejanggalan karena ditemukan objeknya yang bekasnya terpakai oleh orang lain. Pakaian yang dijadikan objek dalam jual beli ini merupakan barang suci yang dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan sehari-hari. Namun proses yang dilakukan untuk mendapatkan pakaian bekas tersebut dilarang karena Menteri Perdagangan mengatur larangan impor pakaian bekas karena dapat merugikan industri garmen dalam negeri.

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam barang yang manfaatnya mubah, memenuhi persyaratan sahnya jual beli menurut syariat, tetapi tidak mendapat legalitas dari pemerintah karena menghindari dari pajak, yaitu:

a. Status hukum jual beli barang ilegal secara syariat

Dalam kajian hukum syariat, selama transaksi itu tidak melanggar aturan syariat, statusnya sah. Masalah administrasi dan pajak tidak mempengaruhi keabsahan transaksi,karena hukum jual beli

adalah halal, Allah SWT berfirman: Artinya: "*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."(*Q.S. Al Baqarah: 275).

b. Pertimbangan sisi legalitas

Pada prinsipnya setiap kaum muslimin memiliki hak untuk menjual barang tanpa harus dibebani pajak. Karena itu, jika seorang muslim membawa barang yang ilegal,dalam arti tidak terkena pajak ketika masuk ke negaranya, maka ini sama sekali tidak mempengaruhi keabsahan transaksi. Dan tidak menunaikan apa yang menjadi kewajibannya diperbolehkan. Akan tetapi apabila jual beli seperti penimbunan barang, atau menjadi celah bagi dirinya untuk ditindak oleh pemerintah, maka selayaknya tidak dilakukan oleh seorang muslim

F. Analisis Swot

Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey yang mempergunakan teknik ini pada tahun 1960-an ketika ia menginisiasi sebuah proyek penelitian yang dikerjakan di Stanford Research Institute. Sejak saat itu, perlahan analisis SWOT mulai dikenal luas oleh kalangan luas dan perlahan digunakan oleh para pebisnis pada masa itu untuk memanfaatkan metode analisis ini demi menumbuhkan sekaligus mengembangkan perusahaan mereka masing-masing.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau didalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan(Irhami Fahmi, 2013). Analisis SWOT adalah analisis informasi yang diperoleh, dicari, atau diterima dari berbagai sumber hasil hasil dari pertanyaan: Apa yang sedang terjadi, kenapa terjadi, dimana terjadi, dan kapan terjadi, yang semuanya berasal dari internal perusahaan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan(Etika Sabariah, 2016).

Analisis SWOT sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk merencanakan sesuatu dalam sebuah proyek atau bisnis. Secara sederhana dapat kita artikan bahwa analisa SWOT merupakan metode perencanaan suatu strategi dengan mempertimbangkan sekaligus mengevaluasi 4 komponen utama.

Komponen dari analisis SWOT sebagai berikut:[42]

1. Strenght (kekuatan) yaitu situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini yang yang membutuhkan tingkat tekhnologi dan juga kualitas yang lebih maju.

[42] Yuliana, Skripsi:"*Strategi Pengembangan Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Nagari Padang Lua Studi Kasus KJK BMT Agam Madani",(Bukittinggi: IAIN Bukittinggi, 2020),*Hal. 49

2. Weaknesses (kelemahan) yaitu situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.

3. Opportunity (peluang) yaitu, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang dimasa yang akan datang.

4. Threats (Ancaman) yaitu, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera diatasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

Formula analisis SWOT, yaitu:

a. Formula Analisis SWOT

1) Factor Internal

Factor ini akan mempengaruhi terbentuknya strength dan weakness (S dan W) dimana factor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam organisasi, dimana hal ini dapat

mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making)* organisasi.

2) Factor Eksternal

Factor ini akan mempengaruhi terbentuknya opportunity dan threat (O dan T). dimana factor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar organisasi yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan organisasi.

Analisis SWOT digunakan untuk menentukan factor-faktor kekuatan dan kelemahan dari internal serta peluang dan ancaman yang terjadi di eksternal. Teknik yang digunakan dalam analisis swot yaitu:[43]

a. Internal Factor Evaluation (IFE)

IFE Merupakan factor yang berada di lingkungan organisasi internal yang berupa kekuatan dan kelemahan.

b. *External Factor Evaluation (EFE)*

EFE merupakan factor yang berpengaruh pada organisasi yang berada diluar organisasi.

[43] Harfandi dan Era Sonita, *Sinergisitas Sikap dan Pengetahuan Dalam Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa FEBI IAIN Bukittinggi,* Jurnal of Economic Studies, Vol 4, No 1, Januari-Juni 2020, hal. 7

Matrik Swot

Matrik Swot ini menggunakan factor-faktor internal dan eksternal sebeagai berikut:

Tabel 1.1

Matrik Swot

Internal / Eksternal	**Strength**	**Weakness**
Opportunity	rategi SO: engembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang	rategi WO: engembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan yang ada
Threat	rategi ST: engembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghindari	rategi WT: engembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan dan menghindari

	ancaman	ancaman

G. Kajian Terdahulu

NO.	Pengarang	Judul Penelitian	Temuan Penelitian
1.	Muhammad Lathief lhamy Nasution, Kamilah, Isma Padillah	Dampak Penjualan Pakaian Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Sambu Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Penjualan pakaian bekas di Pasar Sambu sangat berpengaruh terhadap tingkat perekonomian pedagang, pendapatan pedagang sudah mencukupi kebutuhan seharihari pedagang, keadaan ekonomi dan juga kesejahteraan dari para pedagang berada dalam kondisi baik. Faktor penghambat para pedagang yaitu kondisi pandemi covid-19, larangan pemerintah dan keluhan dari pelanggan, sedangkan faktor pendukung, yaitu harga, kualitas, dan nama besar Pasar Sambu. Perdagangan pakaian bekas di Pasar Sambu juga bisa

			melakukan khiyari, sesuai dengan syariat dan rukun dari sudut pandang ekonomi Islam. proses perdagangan pakaian bekas di Pasar Sambu Kota Medan lebih banyak manfaat yang di dapatkan daripada mudaratnya. Seharusnya para pedagang menjaga kualitas barang dagangannya dan lebih selektif dalam menjualkan pakaian bekas. Sebaiknya pedagang juga membuat laporan keuangan agar dapat mengetahui dengan pasti kondisi pendapatan apakah mengalami kenaikan atau sebaliknya. Dan untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini serta dapat meneliti lainnya yang belum diteliti pada penelitian ini.
2.	Dewi Rohani	Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap	• Praktik jual beli pakaian bekas di Pasar

		Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Karung (Bal-Balan) Di Pasar Senapelan Pekanbaru	Senapelan dilakukan antara pedagang pakaian bekas dengan agen yang ada di Tembilahan dan selanjutnya pedagang menjual pakaian bekas secara eceran atau satuan • Jual beli pakaian bekas di Pasar Senapelan menurut sistem ekonomi Islam dari segi barang dibolehkan asalkan barang tersebut tidak menyebabkan penyakit.
3.	Mohammad Midkhol Huda	Praktek Jual Beli Pakaian Bekas Berdasarkan Aspek Hukum Islam	Dalam praktek jual beli pakaian bekas mulai dari pedagang, pembeli dan barang yang diperjual belikan telah mencapai rukun dan syarat jual beli dan menggunakan prinsip suka sama suka, dan kesepakatan bersama.

			Berdasarkan teori rukun dan syarat jual beli, jual beli yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas Objek jual beli yaitu pakaian bekas yang dapat dimanfaatkan, berbentuk dan dapat diserahterimakan, dapat dilihat oleh orang-orang yang akad.

Berdasarkan dari kajian terdahulu tersebut maka peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian-penelitian sebelumnya dengan mengangkat judul yaitu "Strategi Ekonomi Islam Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Putih Bukittinggi". Dalam penelitian ini yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini mencoba melihat strategi yang dilakukan pedagang dalam meningkatkan pendapatan. Dan yang membedakan selanjutnya yaitu objek penelitian yang dilakukan, yang mana pada penelitian ini objek penelitiannya yaitu pedagang yang ada dipasar Loak Bukittinggi. Jika diperhatikan berdasarkan kajian terdahulu, tidak ditemukan pembahasan mengenai hal tersebut. Maka peneliti mencoba untuk mengembangkan penelitian menjadi penelitian yang baru.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metodologi penelitian yaitu pendekatan kualitatif yang sering disebut dengan metode penelitian naturalistic karena penelitianya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) sebagai sumber data langsung deskriptif dan juga artistic karena proses penelitiannya bersifat seni (kurang berpola).[44] Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian langsung ke objek penelitian untuk melakukan pengamatan dan pengumpulan data yang akan di analisis.

alasan digunakan metode kualitatif lebih tepat untuk mengidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Penjualan Pakaian Bekas dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang".

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Putih (Loak Murah) di Bukittinggi yang terletak tepatnya di Aur Tajungkang Tengah Sawah, Kecamatan Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Peneliti tertarik meneliti di pasar ini karena Pasar ini

[44] Sugiono,metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta,2013), hal.13-14

terletak di Pusat Kota Bukittinggi, pasar baju bekas ini terletak diarea Pasar Lereng yang merupakan pasar induk untuk jualan pakaian bekas yang ada di Bukittinggi.

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang dikumpulkan sehingga menjadi sumber penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang dilakukan melelui wawancara kepada objek penelitian yaitu para pedagang yang ada di pasar Loak Bukittinggi.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan sumber data tambahan yang menunjang data pokok yang diperoleh dari internet, jurnal, artikel, dan buku yang berkaitan dengan masalah ini.

4. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.[45] Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai informan adalah pedagang yang ada di Pasar Putih Bukittinggi.

[45] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,1999),hal.117

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara peneliti dan informan atau objek penelitian. Sedangkan menurut Esterberg, wawancara merupakan pertemuan antara dua orang yang saling bertukar informasi dan ide (*idea*) melalui proses tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topic tertentu.[46] Wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan di jawab oleh informan (orang yang memberikan informasi) yang kemudian dicatat atau di rekam oleh peneliti. Dalam penelitian wawancara dilakukan kepada para pedagang yang ada di pasar Loak Bukittinggi.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah sebuah proses yang berkelajutan terhadap data yang terkumpul. Proses tersebut membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data, adanya pertanyaan analitis, dan menulis

[46] Suharsimi Arikunto, *Ibid*, hal.124

catatan-catata, singkat sepanjang penelitian.[47] Analisis terdiri dari tiga alur kegiatan secara bersama yaitu:

1) Data *reduction* atau reduksi data yaitu proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan dan pengubahan data kasar yang muncul dari catatan tertulis yang dihasilkan ketika berada di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus. Banyak informasi yang diperoleh peneliti, namun tidak semua informasi tersebut berguna atau memiliki kontribusi dalam mengungkap masalah penelitian. Untuk itulah reduksi data perlu dilakukan setiap saat, sedikit demi sedikit, karena bila proses ini dilakukan diakhir penelitian, akan semakin banyak informasi yang harus disaring.
2) Data *display* atau penyajian data, yaitu aktivitas menyajikan data hasil penelitian, sehinggga memungkinkan peneliti mengambil kesimpulan sementara dan dapat merencanakan tindakan berikutnya bila ternyata masih terdapat data yang tidak lengkap, perlu klarifikasi, atau sama sekali belum diperoleh.

[47] Jhon W. Creswell, Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed Edisi Ke-3,(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 274.

3) *Conclusion drawing* atau verifikasi merupakan aktivitas merumuskan simpulan berdasarkan dua aktivitas sebelumnya. Simpulan ini dapat berupa sementara maupun simpulan akhir’

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografi Kota Bukittinggi

Kota Bukittinggi terletak di rangkaian perbukitan yang membentang Panjang sepanjang pulau sumatera, dan dikelilingi oleh dua gunung berapi yaitu Gunung Singgalang dan Gunung Merapi. Kota ini berada di ketinggian 909- 941 meter di atas permukaan laut, dan memiliki suhu yang cukup sejuk berkisar antara 16,1-24,9◦C. Sedangkan dari wilayah kota Saat ini 82,8% wilayah Bukittinggi (25,24 km2) telah ditetapkan sebagai daratan budidaya, sedangkan sisanya merupakan hutan lindung.[48]

2. Sejarah Pasar di Bukittinggi

Dahulu syarat mendirikan nagari adalah harus memiliki pasar, masjid dan balai adat. Bukittinggi di masa lalu bernama Nagari Kurai mempunyai pasar di atas bukit, nama pasar tersebut adalah Pasar Kurai. Pasar Kurai berdiri di sebuah tempat bernama Bukik Kungan Kabau. Pada Pada tahun 1820 diadakan pertemuan adat suku Kurai untuk mengganti nama Bukik Rawa Kabau menjadi Bukik Nan Tatinggi. Namanya bukik (bukit). Yang terakhir inilah yang kemudian menjadi Bukittinggi. Pasar ini terus berkembang dan memerlukan perluasan lahan.[49]

Sekitar tahun 1825-1826, Panglima Militer Belanda datang ke darat Jauh di Agam, Kapten Bauer mendirikan benteng Fort de Kock di Bukit Jirek (300 meter sebelah utara Pasar Bukittinggi). Nama Fort de Kock diambil dari nama Panglima Militer dan Wakil Gubernur Jenderal Hindia

[48] Wikipedia.org
[49] Dokumen Dinas Pengelolaan Pasar Bukittinggi, h. 14

Belanda, Baron Hendrik Markus de Kock. Benteng ini dibangun untuk membantu masyarakat adat menghadapi ulama (agama). Sejak itu pemerintahan Hindia Belanda disebut kawasan Fort de Kock. Pada tahun 1833, setelahnya perjanjian plakat, Belanda menjadikan pasar Bukittinggi sebagai pusatnya kegiatan ekonomi Fort de Kock. Dengan menyebut pasar Bukittinggi dengan Pasar Fort de Kock.

Pada tahun 1900, Belanda membangun pasar permanen yaitu Pasar Disebut loih galuang, karena bentuk atapnya yang melengkung, demikianlah sekarang disebut Kelas tinggi. Belanda mengakses Pasar Atas dari berbagai sudut, berupa tangga (janjang) yaitu tangga Ampek Puluah, tangga Gudang dan Jalan Pasar Lereng.[50]

Pada tahun 1949, berdasarkan UU No. 22 tahun 1948 pasal 1 tentang pokok-pokok pemerintahan didaerah dan ketetapan Gubernur Militer Sumatera Tengah No. 167/GM/Stg/Ket-1949 maka penguasaan pasar berada sepenuhnya pada pemerintah kota Bukittinggi. Semenjak dikeluarkannya pasal 1 tersebut, penghasilan atau pendapatan pasar Bukittinggi tidak lagi dibagi-bagikan kepada seluruh wilayah nagari *Agam Tuo*. Akan tetapi, digunakan sebagai kas dan untuk perbaikan pasar.

3. Sejarah Pasar Putiah Bukittinggi

Bukittinggi merupakan salah satu kota wisata yang banyak disukai masyarakat wisatawan lokal dan mancanegara. Pasar Bukittinggi juga semakin berkembang pada masa kolonial. Melihat prospeknya yang sangat menguntungkan, Pemerintah Belanda mengambil kebijakan untuk membangun pasar Bukittinggi dengan menjadikan toko lebih besar dan modern. Pasar Bukittinggi semakin banyak dikunjungi para pedagang dari

[50] *Ibid*, h. 15

berbagai daerah. Keuntungan yang diperoleh dari pajak pengelolaan pasar ini pun semakin meningkat besar. Tak lengkap rasanya jika berkunjung ke Bukittinggi mengunjungi kawasan ikonik kota Bukittinggi yaitu Jam Gadang kota Bukittinggi memiliki banyak tempat untuk berbelanja termasuk pasar atas, pasar bawah, pasar lereng, pasar putih, pasar aur kuning adalah pasarnya menjual fashion terkini, baik fashion import maupun ekspor.[51]

B. Dampak penjualan pakaian bekas dalam peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Putih Bukittinggi

Strategi pemasaran pakaian bekas sebelumnya di pasar Putiah mereka menjual pakaian bekas dengan cara mengobral atau menggantung pakaian dengan hanger. Dimana para penjual membeli barang yang berbentuk bal-balan (karungan) lalu mereka memisahkan pakaian sesuai dengan kualitas pakaiannya dan Sebagian dari mereka ada juga mencucinya terlebih dahulu sebelum menjualnya kepada pembeli pakaian bekas di pasar Putiah. Saat berdagang terjadi pada subjek/objek Pasar Putiah yang mengadakan perjanjian jual beli Pakaian bekas terdiri dari dua pihak yaitu penjual pakaian bekas dan pembeli pakian bekas. Aktivitas di pasar Putiah secara keseluruhan telah terpenuhi secara harmonis dalam transaksi penjual dan pembeli baju bekas sudah dewasa dan bisa membedakan antara hal baik dan buruk bagi diri mereka sendiri, serta penjual dan pembeli Pakaian bekas menyehatkan pikiran, jiwa dan raga.[52]

Proses penjualan yang lancar dapat membantu meningkatkan penjualan pakaian bekas di pasar Putiah dan memberikan diskon dan pelayanan keluhan pelanggan dengan baik. menjalin hubungan baik dengan konsumen, memamerkan produk bisnis di media sosial seperti Instagram dan lai-lain, dengan memposting foto dapat menarik konsumen ke dalam promosi yang serba cepat.

---

[51] *Ibid*, h. 18
[52] Dari Kantor PD.Pasar Putiah, 27 Juli 2024.

Menurut hasil wawancara peneliti terhadap 30 penjual pakaian bekas di pasar Putiah menyatakan bahwa rata – rata hampir semua pedagang memiliki jawaban yang sama tentang alasan memilih berjualan pakaian bekas, yaitu karena modal awal yang dikeluarkan untuk membeli pakaian bekas relative murah. Berkisar diantara 5-10 juta rupiah per bal (karung) dan rata-rata para pedagang telah berjualan cukup lama serta ada juga yang melanjutkan usaha keluarga.

Semua responden menyatakan *" kalau modal pakaian bekas masih bisa kita dapat dari tabungan kita, kumpul semuanya. Modal pakaian bekas kan tidak terlalu besar. Beda dengan modal awal pakaian baru. Jadi factor utama untuk meningkatkan pendapatan tapi dengan modal sedikit ya menjual pakaian bekas saja*."[53] Hal ini menjadi bukti bahwa masyarakat kelas menengah ke bawah yang ingin memiliki penbghasilan dan pendapatan yang meningkat dilingkungan dekat Pasar Putiah Bukittinggi lebih memilih berdagang dan berjualan pakaian bekas.

Dari sisi pendapatan, responden yang berperan sebagai narasumber menyatakan bahwa pendapatan yang mereka dapatkan masih tidak stabil. Jumlahnya tidak bisa dihitung karena pendapatan penjualan setiap harinya berbeda-beda. Namun jumlah pendapatan dari penjualan pakaian bekas selama sebulan mampu mencukupi kebutuhan rumah tangganya.

Jawaban yang sama dari mayoritas responden menyatakan "*untuk harga berbeda – beda tetapi masih dalam taraf murah untuk barang dengan kualitas yang bagus. Untuk pendapatan tidak tentu tetapi cukuplah untuk memenuhi kebutuhan. Asal sumber pakaian yang kita jual itu memberikan pakaian bekas yang cukup bagus biasanya akan cepat terjual laku."*

Beberapa responden juga menyatakan " *iya, waktu covid – 19 pendapatan dan penjualan menurun drastic, tapi saat ini sudah mulai stabil kembali. Mungkin saat*

[53] Wawancara, 22 juli 2024

covid orang – orang beranggapan bahwa pakaian bekas sarang bakteri jadi takut untuk membelinya."[54]

Dari hasil wawancara tersebut, seluruh narasumber menyatakan bahwa penghasilan mereka sebagai seorang pedagang pakaian bekas di Pasar Putiah sudah mencukupi kebutuhan mereka sehari-hari. Tingkat pendapatan juga berhubungan dengan kondisi atau tingkat kesejahteraan dari keluarga tersebut.

Dari hasil pembahasan diatas, tingkat pendapatan pedagang dari hasil penjualan pakaian bekas di Pasar Putiah cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Namun dalam kesehariannya, omset perdagangan memang mengalami penurunan di tengah pandemi saja, hal ini tidak terlalu mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan mereka. Dari hasil Wawancara dilakukan kepada para pedagang dimana mereka semua berada kondisi kesejahteraan yang baik dan terpenuhi.

Kemudian, sasaran penjual untuk semua kalangan. Akan tetapi mayoritas pakaian bekas lebih cocok dengan trend anak muda jaman sekarang. Enam responden dengan jelas memaparkan "*kalau untuk penjualan kita targetnya memang semua kalangan, tetapi dari penguna kebanyakan pakaian bekas yang dikirim itu untuk anak muda".* Ditambahkan oleh tujuh responden " *penjualan untuk anak muda lebih efisien dan paling banyak laku, karena pakaian bekas sekarang kan kualitasnya bagus tetapi dijual dengan harga yang murah. Sehingga, banyak anak muda yang memang berburu pakaian bekas dengan kualitas yang bagus."*

[54] Wawancara, 22 juli 2024

C. Kendala dan Hambatan yang dihadapi Pedagang dalam Meningkatkan Pendapatan

Dalam memjalankan usaha ini para pedagang mengalami beberapa hambatan dan kendala, yaitu:

1. Larangan izin pemerintah

Perjanjian jual beli ini dibuat atas dasar musyawarah untuk mufakat atau kesepakatan antara kedua pihak yang bertransaksi, maka transaksi tersebut tidak berdasarkan paksaan. Berdasarkan hal tersebut, dari sudut pandang subjek/objek di jual beli baju bekas di pasar Putiah sesuai syariat islam benar/sah. Pakaian bukanlah suatu barang yang tidak diperbolehkan oleh undang-undang, baik hukum syariah maupun hukum negara. pakaian adalah hal-hal itu digunakan sebagai penutup badan dan benda tersebut halal untuk digunakan sehari-hari.

Dalam praktiknya, hal ini terjadi pada perjanjian jual beli pakaian bekas di pasaran Putiah artinya tidak ada unsur paksaan dalam membeli baju bekas. Dalam transaksi jual beli pakaian bekas ini terdapat beberapa penjual pakaian bekas, para Penjual memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih benda atau barang barang yang diperdagangkan dalam hal ini adalah pakaian bekas yang diinginkan tanpanya adanya paksaan dari pihak penjual pakaian bekas.

Berdasarkan pandangan terhadap subjek/objek yang diperdagangkan memenuhi rukun dan syarat serta tidak ada unsur pemaksaan terhadap barang atau benda Pakaian ini termasuk barang halal karena kegunaannya menutupi tubuh.

Ada ketentuan lain yang melarangnya berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Pakaian Bekas terkandung dalam pasal tersebut menyatakan bahwa:

Pasal 2

“Pakaian bekas dilarang masuk wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia".

Pasal 3

“Baju bekas yang sampai di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia pada atau setelah tanggal berlakunya Peraturan Menteri ini bersifat wajib dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Sebagai seorang muslim yang taat, seseorang wajib untuk taat dan taat peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah. sebagaimana tercantum dalam surah:

QS An-Nisa/4: 59

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَطِيْعُوا اللّٰهَ وَاَطِيْعُوا الرَّسُوْلَ وَاُولِى الْاَمْرِ مِنْكُمْۚ فَاِنْ تَنَازَعْتُمْ فِيْ شَيْءٍ فَرُدُّوْهُ اِلَى اللّٰهِ وَالرَّسُوْلِ اِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُوْنَ بِاللّٰهِ وَالْيَوْمِ الْاٰخِرِۗ ذٰلِكَ خَيْرٌ وَّاَحْسَنُ تَأْوِيْلًا ﴿٥٩﴾

Artinya “*Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ululamri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur’an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat).”*

Selanjutnya dalam wawancara peneliti, keseluruhan responden juga akan menaati kebijakan pemerintah terkait dengan larangan berjualan pakaian bekas apabila nanti di tindak langsung. Karena sejauh ini mereka belum mendapat tindakan langsung sehingga jual beli pakaian bekas masih berlanjut dengan lancar.

Izin usaha yang dikeluarkan pemerintah juga menjadi kendala mengurangi peredaran pakaian bekas, jika penjualnya mempunyai izin usaha maka pihak berwenang tidak bisa mengeluarkannya. Namun di Pasar Putiah masih sangat

banyak sekali, hampir 80% penjual pakaian bekas ada dipasar Putiah memiliki izin usaha perdagangan. Sebab, bajunya masih banyak digunakan beredar di wilayah Indonesia. Namun masih banyak orang yang tidak melakukannya.

Jika masyarakat peduli terhadap kesesuaian pakaian bekas, maka masyarakat akan terbius dengan harga murah yang ditawarkan penjual dan kualitas bajunya masih bagus. Dampaknya, harga diri suatu bangsa terlihat rendah di mata negara lain.

Dari uraian di atas peneliti berpendapat bahwa jual beli pakaian bekas di Pasar Putiah benar/sah karena keberadaan subjek/pelaku dan pemenuhannya persyaratan lain sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Namun transaksi penjualan dan pembelian pakaian bekas dibatalkan karena tidak memenuhi persyaratan aturan jual beli dibuat oleh pemerintah mengenai pakaian bekas yang dilarang untuk diimpor, karena pakaian bekas berpotensi membahayakan kesehatan manusia. Karena pakaian sebelumnya mengandung bakteri, dikhawatirkan bisa menularkan berbagai penyakit kepada masyarakat.

Masalah ini sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas sebagaimana tertulis pada pasal 2 yang berbunyi

"Pakaian bekas dilarang masuk karena merupakan barang impor memasuki wilayah Negara Indonesia secara tidak resmi dengan cara penyelundupan melalui pelabuhan-pelabuhan kecil yang kurang aman rendah. Oleh karena itu jual beli pakaian bekas dilarang karena tidak ada keuntungannya perjanjian mengenai peredaran penjualan yang bebas dan berbahaya kesehatan masyarakat."

2. Persaingan yang ketat

Pada saat ini pakaian bekas sangat banyak di gemari oleh semua kalangan tidak hanya karna harganya yang murah tetapi juga kualitasnya yang bagus. Oleh karena itu, semakin banyak juga peminat yang ingin membuka usaha ini. Maka semakin banyak persaingan dalam berjualan pakaian bekas, persaingan tidak

hanya terjadi di daerah pasar tetapi juga terjadi di luar pasar seperti toko/kios yang berjualan dipinggir jalan.

Berdasarkan analisis peneliti, untuk mengatasi persaingan tersebut pedagang harus menyediakan barang yang banyak di minati oleh konsumen seperti; hoodie, jaket dan baju yang kualitasnya bagus dan masih layak pakai. Serta pedagaang juga harus lebih giat dalam mempromosikan produknya.

Hal ini disampaikan oleh beberapa responden "*ya kalo cara mengahadapi persaingan kita sebagai pedagang harus pintar-pintar aja memilih barang dan membeli barang, kalo masalah rezeki itu sudah ada yang ngatur, tap ikan setidaknya udah usaha melakukan yang terbaik."*[55]

D. Analisis SWOT strategi dalam peningkatan pendapatan pedagang di Pasar Putiah Bukittinggi

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan *(strength)*, kelemahan *(weakness)*, peluang *(Opportunity)*, dan ancaman *(theats)*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi di dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal usaha.

a. Analisis Lingkungan Internal

1) Kekuatan *(Strenght)*

[55] Wawancara, 22 Juli 2024

Kekuatan adalah suatu kelebihan khusus yang dimiliki dan berasal dari perusahaan dan memberi keuntungan bagi perusahaan dalam mendukung perkembangan usaha factor yang menjadi elemen kekuatan dari usaha pakaian bekas. Setelah peneliti melakukan wawancara, peneliti menemukan kekuatan dari usaha tersebut berasal dari beberapa factor, yaitu;

a) Lokasi yang strategis

   Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti lokasi pasar Putiah terletak di pusat kota Bukittinggi yang letaknya memang strategis, karena lokasi tersebut banyak dikunjungi oleh wisatawan. Strategisnya lokasi usaha ini dapat memberikan dampak besar untuk kemajuan dan keberhasilan usaha.

   Salah satu responden mengatakan "*alhamdulillah bagi saya lokasinya cukup strategis, berada di pusat kota. Jadi, kalo ada wisatawan yang datang ke Bukittinngi mereka bisa sekalian berkunjung ke Pasar Putiah, di sini kita juga berdekatan dengan Los Lambuang yang mana terkenal dengan nasi kapaunya. Oleh karena itu, orang yang sedang mencari makan secara tidak langsung juga melalui Pasar Putiah ini".*

b) Harga produk yang terjangkau

Berdasarkan wawancara peneliti kepada beberapa pedagang, peneliti menemukan bahwa harga yang terjangkau membuat pelanggan menjadi tertarik untuk membeli pakaian bekas dibandingkan dengan pakaian baru. Hal ini menjadi kekuatan bagi para pedagang dalam meningkatkan usahanya.

Beberapa responden menyatakan, *"karena menurut saya sebagai pedagang pakaian bekas melihat modal yang dikeluarkan tidak membutuhkan biaya yang besar. Contohnya kayak saya membeli satu karung ball dengan harga yang 10 juta dan saya mendapatkan beberapa jumlah baju yang banya. Setelah itu saya pilah-pilah kalo kualitasnya bagus saya jual mahal, nah kalo barangnya ada kecacatan saya jual murah saja seperti diobral misalnya 100 tiga".*

Jadi, harga yang terjangkau tersebut menjadi kekuatan pedagang dalam mengembangkan usahanya.

c) Adanya pelanggan tetap

Pelanggan yang sering membeli pakaian di Pasar Putiah cendrung berulang-ulang dan setia terhadap pasar tersebut. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat menjelaskan bahwa Pasar Putiah memiliki cara unik untuk menarik pelanggan untuk dagangannya. Harga yang terjangkau dan

obral yang dilakukan pedagan menjadi salah satu cara untuk menarik pelanggan tetap sehingga pelanggan terus melakukan pembelian kembali ke pasar tersebut.

d) Memberikan pelayanan terbaik dan membangun kepercayaan pelanggan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pedagang secara terang-terangan mendeskripsikan produknya kepada pelanggan, bahwa adanya kerusakan atau kecacatan dalam suatu produk yang dijual.

Salah satu responden mengatakan*, "dalam jualan saya tidak hanya mencari untungnya saja, tetapi agar pelanggan nyaman dan percaya Ketika berbelanja saya mengatakan kecacatan dalam barang ini".*

2) Kelemahan *(Weakness)*

1) Belum menggunakan sosial media sebagai bahan promosi

berdasarkan hasil wawancara peneliti, pada umumnya para pedagang di Pasar Putiah belum memanfaatkan social media sebagai sarana promosinya. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya penggunaan social media menjadi salah satu kelemahan para pedagang di pasar putiah dalam pengembangan usahanya.

Beberapa responden menjawab, *"kalo saya ga pake social media untuk mempromosikan jualan saya karena kurang paham menggunakannnya. Yaa Namanya saja bapak-bapak Cuma bisa buka facebook.."*

2) Barang yang tidak sesuai

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, bahwa banyak ditemukan para pedagang mengeluh tentang barang yang tidak sesuai, diakibatkan karena mereka membeli pakaian tersebut dalam bentuk ball atau karungan sehingga mereka tidak mengetahui secara pasti kualitas barang tersebut.

Responden mengatakan, *"iya kadang banyak juga ditemukan barang yang tidak sesuai, kan kita belinya per ball gitu ya jadi ga tau gimana kondisi dari barang tersebut ntah bagus atau jelek. Taunya setelah di bukak dan pilih baru keliatan ada yang rusak, kalo ada yang rusak ya kita jual murah aja".*

3) Sulitnya mendapatkan produk

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, di sini para pedagang juga menjelaskan bahwa sulitnya memperoleh izin dalam mendapatkan pakaian bekas impor yang diperjual belikan. Hal ini menyebabkan pedagang merasa kesulita dan menjadi salah satu kelemahan dalam mengembangkan usahanya.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

3) Peluang *(Opportunity)*

1) Permintaan yang semakin meningkat

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, bahwasanya pada saat ini dapat kita ketahui bahwa sedang trennya pakaian bekas di semua kalangan. Hal ini telah memberikan peluang besar bagi pedagang dalam mengembangkan usahanya.

Salah satu responden mengatakan, *"permintaan pasar dalam usaha ini termasuk tinggi karena pada saat ini orang-orang banyak berburu pakaian bekas yang dianggap murah harganya tapi dengan kualitas bagus, murah tapi bermerk. Apalagi pada saat ini ada inovasi baru pakaian bekas yang dijual tapi sudah di laundry untuk di jual kembali. Jadi, orang-orang yang menjual pakaian tersebut memcari barangnya di pasar ini karena adanya inovasi tersebut kami sebagai pedagang yang berjualan mendapatkan banyak permintaan".*

2) Tren pakaian bekas yang semakin berkembang di semua kalangan

Hal ini sejalan dengan poin pertama meningkatnya permintaan pelanggan sehingga para pedagang mengikuti tren pakaian

yang sedang berkembang. Hal ini telah menjadi peluang bagi para pedagang di Pasar Putiah dalam menigkatkan usahanya.

3) Konsumen dapat menerima harga dengan baik

Berdarsarkan hasil wawancara peneliti, bahwasannya para pelanggan menerima secara baik harga yang ditawarkan oleh pedagang, meskipun ada sedikit tawar-menawar yang terjadi. Tetapi hal tersebut dapat diatasi dengan baik berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

Di sini peneliti juga menanyakan kepada beberapa konsumen, mereka mengatakan *"bagi saya ga masalah si dengan harga yang ditawarkan soalnya kualitasnya juga bagus walaupun ada kerusakan sedikit yang penting barangnya tahan lama".*

4) Ancaman *(Threats)*

1) Persaingan yang semakin ketat

Industry pakaian merupakan industry yang sangat kompetitif di mana tingginya daya saing antar pedagang, sehingga strategi yang digunakan yaitu dengan memilah kualitas produk yang akan dijual.

Berdasarkan analisis peneliti, untuk mengatasi persaingan tersebut pedagang melakukan cara atau strategi untuk tidak kalah saing dengan yang lainnya.

Hal ini dilihat dari wawancara peneliti dengan responden, *"ancaman dari usaha ini ya persaingan semakin susah soalnya dimana-dimana orang sudah banyak yang berjualan pakaian bekas. Jadi tanpa ke Pasar Putiah mereka juga bisa beli pakaian bekas di tempat lain seperti toko-toko di pinggir jalan atau jualan online, mungkin itu si salah satu ancaman dari usaha ini. Tapi itu tidak terlalu menjadi masalah si soalnya walaupun ada took lain mereka masih tetap suka belanja ke sini".*

2) Perizinan barang impor yang terbatas

Berdasarkan wawancara peneliti, bahwa adanya larangan yang dikeluarkan pemerintah dalam melakukan transaksi barang impor membutuhkan izin yang sulit. Hal ini, membuta pedagang kesulitan dalam mendapatkan pakaian bekas tersebut.

Wawancara peneliti kepada salah satu respoden, *"ya pasti ada, tapi di bilang sulit tidak juga tapi ya terbatas terkait izin saja".*

3) Harga produk pesaing yang lebih murah

Berdasarkan wawancara peneliti, responden mengatakan *"iya ada, contohnya orang dari luar pasar ini menjual pakaian bekas yang harga sama dengan kami tetapi udah dalam keadaan yang sudah bersih atau di laundry. Itu aja si.."*

2. Matrik Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Sebelum menggambarkan strategi yang digunakan dalam bentuk matrik SWOT maka ditentukan terlebih dahulu dengan IFAS dari setiap kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut:

Tabel 2. 1

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No	**Faktor Internal**	**Bobot**	**Ranting**	**Nilai Skor**
	Kekuatan *(Strength)*			
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.	Llokasi yang strategis	0.20	4	0.80
2.	Harga produk yang terjangkau	0.10	3	0.30
3.	Adanya pelanggan tetap	0.20	4	0.80
4.	Memberikan pelayanan terbaik dan membangun kepercayaan pelanggan	0.10	3	0.30
	Subtotal	0.60		2.20

	Kelemahan *(Weakness)*			
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.	Belum menggunakan social media sebagai bahan promosi	0,15	3	0,30
2.	Barang yang tidak sesuai	0.15	3	0.30
3	Sulitnya mendapatkan produk	0.20	4	0.80
	Subtotal	0.50		1.40
	Total	1.10		3.60

Sumber : Penelitian lapangan (data diolah 2024)

Dari analisis pada tabel 2.1 IFAS, faktor kekuatan memiliki nilai bobot 2.20, dan kelemahan memiliki nilai bobot 1.40 dengan total nilai 3.60. hal ini menunjukkan bahwa keadaan internal kuat, karena table di atas menunjukan nilai bobot kekuatan lebih besar dibandingkan nilai bobot kelemahan. Jadi, para pedagang dapat mengatasi kelemahan yang ada yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki.

3. Matrik Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

Tabel 2. 2

Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Nilai Skor
	Peluang *(Opportunity)*			
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.	Permintaan yang semakin meningkat	0.20	4	0.80
2.	Tren pakaian bekas yang semakin berkembang	0.10	2	0.20
3.	Konsumen dapat menerima harga dengan baik	0.20	4	0.80
	Subtotal	0.50		1.80
	Ancaman (Threats)			
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.	Persaingan yang semakin ketat	0,20	4	0,80

2.	Perizinan yang terbatas	0.10	2	0.20
3.	Harga produk pesaing lebih murah	0.15	3	0.45
	Subtotal	0.45		1.45
	Total	0.95		3.25

Sumber : Penelitian lapangan (data diolah 2024)

Dari analisis pada tabel 2.2 EFAS, faktor peluang memiliki nilai bobot 1.80 dan ancaman memiliki nilai bobot 1.45 dengan total nilai 3.25. hal ini menunjukkan bahwa usaha yang diterapkan mampu menguasai lingkungan eksternal, karena nilai bobot peluang lebih besar disbanding nilai bobot ancaman.

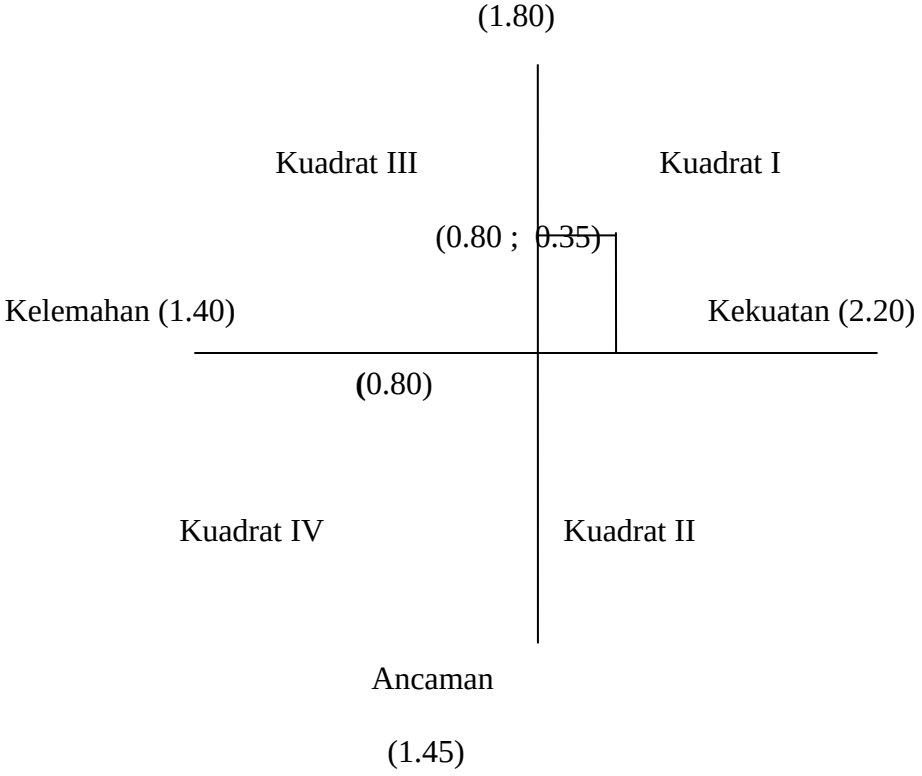
Berdasarkan matrik Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary EFAS yaitu Skor Total Kekuatan *(Strength)* = 2.20, Skor Total Kelemahan *(Weakness)* = 1.40, Skor Total Peluang *(Opportunity)* = 1.80, Skor Total Ancaman *(Threats)* = 1.45. Berdasarkan data diatas dilakukan penentuan titik kordinat analisis internal dan eksternal. Berikut perhitungan penentuan titik koordinat yaitu selisih total skor factor analisis internal dan selisih total factor analisis eksternal yaitu:

a. Selisih total skor factor analisis internal : Kekuatan – Kelemahan (2.20 – 1.40 = 0.80)

b. Selisih total skor factor analisis eksternal : Peluang – Ancaman (1.80 – 1.45 = 0.35)

Gambar 1.1

Diagram Analisis SWOT



Berdasarkan hasil diagram diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa pada kuadrat pertama yaitu strategi agresif. Strategi agresif yaitu strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan

kekuatan dan peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan.

Jadi, para pedagang pasar Putiah berusaha untuk meningkatkan usaha tersebut dengan menggunakan strategi agresif agar usahanya berjalan dengan lancar.

4. Matrik SWOT

Matrik SWOT merupakan alat-alat yang digunakan untu mengukur fakto-faktor strategi dalam usaha. Matrik dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dimiliki.

Tabel 2. 3

Matrik Swot

Internal / **Eksternal**	**Kekuatan *(Strength)***	**Kelemahan *(Weakness)***
eluang *(Opportunity)*	1. Lokasi yang strategis 2. Harga produk yang terjangkau 3. Adanya pelanggan tetap	1. Belum menggunakan social media sebagai bahan promosi 2. Adanya barang

		yang tidak sesuai 3. Sulit untuk mendapatkan produk
eluang (Opportunity)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1. Permintaan yang semakin meningkat 2. Tren pakaian bekas yang semakin berkembang 3. Konsumen dapat menerima harga	1. Menambah pasokan Produk yang dijual dan meningkatkan kualitas produk 2. Menyediakan produk yang banyak di minati oleh konsumen 3. Meningkatkan kesejahteraan dengan memberikan harga yang baik atau terjangkau kepada konsumen.	1. Meningkatkan atau menambah media promosi sehingga pelanggan lebih mengenal produk dan mendapat kepercayaan pelanggan untuk membeli produk dari took tersebut 2. Tingkatkan

dengan baik		pendistribusian usaha dengan kreativitas.
Ancaman *(Threats)*	**Strategi ST**	**Strategi WT**
1. Persaingan yang semakin ketat 2. Perizinan yang terbatas 3. Harga produk pesaing yang lebih murah	1. Lebih meningkatkan kualitas produk agar tidak kalah saing. 2. Dengan beradanya toko di lokasi yang strategis 3. Dengan harga yang murah dapat menarik pelanggan 4. Memiliki surat izin dalam mendapatkan produk impor	1. Meningkatkan fasilitas usaha agar tidak kalah saing dengan pesaing. 2. Meningkatkan stok produk agar tidak adanya komplain dari konsumen.

Sumber : Penelitian Lapangan (data diolah 2024)

5. Analisis Tabel Bobot Skor

Setelah melakukan analisis SWOT yaitu menetapkan strategi SO, strategi WO, strategi ST, strategi WT, maka selanjutnya yang akan dilakukan yaitu memilih salah satu dari keempat strategi tersebut.

Pendekatan metode bobot skor merupakan suatu cara untuk menilai yang mana dari keempat strategi tersebut yang mempunyai skor tertinggi, dimana skor yang tertinggi akan digunakan untuk membuat kebijakan dan Keputusan yang mempengaruhi penjualan. Berikut tabel bobot skor :

Tabel 2. 4

Tabel Bobot Skor

IFE / **FE**	**Strategi** **(Kekuatan)** **S**	**Weakness** **(Kelemahan)** **W**
Opportunity **(Peluang)** **O**	Total skor strategi Strategi SO Total Skor 2.20 + 3.60	Total skor strategi Strategi WO Total Skor 1.40 + 3.60

	= 5.80	= 5.00
Threat **(Ancaman)** **T**	Strategi ST Total Skor 2.20 + 1.45 = 3.65	Strategi WT Total Skor 1.40 + 1.45 = 2.85

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan hasil tabel bobot skor pada matrik SWOT diatas dapat dilihat bahwa strategi SO yang memiliki skor tertinggi yaitu 5.80 dibandingkan dengan strategi yang lain. maka para pedagang yang berjualan di pasar Putiah dapat menggunakan strategi SO yaitu menggabungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk meningkatkan pendapatan.

6. Strategi Peningkatan pendapatan pedagang pakaian bekas di Pasar Putiah Bukittinggi

Strategi merupakan suatu pendekatan secara keseluruhan dalam suatu perencanaan atau aktivitas dalam kurun waktu. Dalam perdagangan kita harus memiliki strategi untuk mengembangkan usaha kita agar berjalan dengan baik. Strategi pada perdagangan jual bali pakaian bekas di pasar Putiah dapat dilihat pada diagram analisis SWOT yaitu berada pada kuadrat pertama yaitu strategi agresif. Strategi

ini merupakan strategi yang mendukung pedagang untuk terus memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan sehingga dapat di manfaatkan dengan strategi SO seperti:

1. Lebih memilah produk yang dijual

   Kualitas produk merupakan sesuatu yang penting untuk menciptakan suatu produk. Karena apabila kualitas produk tidak baik maka suatu produk juga tidak akan baik. Apabila suatu produk tidak baik maka konsumen akan merasa tidak puas dengan produk tersebut dan membuat pelanggan bisa berpaling ketempat yang lain.

2. Menyediakan produk yang banyak di minati oleh konsumen

   Produk-produk yang di dapatkan pedagang pada saat membeli barang dalam bentuk bal-balan (karungan) sangat berpengaruh terhadap suatu penjualan. Karena ketidak pastian barang yang ada didalamnya, maka pedagang harus sangat teliti dalam membeli suatu barang dan harus sesuai dengan yang diminati konsumen pada saat ini.

3. Memanfaatkan social media sebagai sarana promosi

   Dalam melakukan pengembangan usaha, pedagang sebaiknya memanfaatkan secara masif penggunaan social media sebagai sarana promosi usaha agar dapat menarik lebih banyak konsumen untuk membeli suatu barang yang diperjual belikan.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari seluruh pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, selanjutnya dapat disusun oleh peneliti simpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan diatas, tingkat pendapatan pedagang dari hasil penjualan pakaian bekas di Pasar Putiah cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Namun dalam kesehariannya, omset perdagangan memang mengalami penurunan di tengah pandemi saja, hal ini tidak terlalu mempengaruhi pendapatan dan kesejahteraan mereka. Dari hasil Wawancara dilakukan kepada para pedagang dimana mereka semua berada kondisi kesejahteraan yang baik dan terpenuhi.
2. Kendala dan hambatan yang dihadapi pedagang dalam meningkatkan pendapatan yaitu; adanya keterbatasan pengiriman barang impor yang di tetapkan oleh pemerintah sehingga pedagang harus memiliki surat izin dalam dalam melakukan usaha dagang pakaian bekas. Serta persaingan yang semakin ketat juga menjadi kendala bagi pedagang sehingga pedagang harus lebih giat lagi dalam mencari strategi untuk penjualan produknya.
3. Berdasarkan hasil tabel bobot skor pada matrik SWOT diatas dapat dilihat bahwa strategi SO yang memiliki skor tertinggi yaitu 5.80 dibandingkan dengan strategi yang lain. maka para pedagang yang berjualan di pasar Putiah dapat menggunakan strategi SO yaitu menggabungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk meningkatkan pendapatan.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah dalam hal ini Menteri Perdagangan diharapkan mengambil tindakan masuknya impor pakaian bekas. tidak bisa begitu saja membuat aturan larangan impor. juga harus mengatur pembatasan dan pengawasan pakaian bekas yang masih beredar sampai sekarang. Hal ini dimaksudkan agar tidak ada pelaku usaha yang tidak melakukan hal tersebut mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan pemerintah dalam menjalankan bisnisnya.

2. Pembeli yang selalu membeli baju bekas di pasar Putiah pastinya lebih memperhatikan pro dan kontra saat memilih barang yang diinginkan untuk dikonsumsi, jadi harus melakukan observasi terlebih dahulu. Berhati-hatilah terhadap objek jual beli dengan memperhatikan kondisi yang ada dan kesesuaian barang yang akan dibeli, sehingga diharapkan dapat menghindari hal – hal yang merugikan negara dan agama serta orang dan lingkungan sekitar.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini secara mendalam dan mengisi celah dalam penelitian tersebut, karean masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Abi Isa Muhammad Bin Isa Bin Surah at-Tirmidzi, Sunan atTirmidzi. Indonesia: Dahlan, Juz III, t.th.

Abdul Rahman Ghazali, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq. *Fiqih Muamalat*

Abdul Wahid Muhammad Ibnu Rusyd, Bidayatul Mujtahid, Ghazali Said, Terj. "Bidayatul Mujtahid". (2007). Jakarta: Pustaka Amani.

Ahmad Amin. (1995). *ETIKA (Ilmu Akhlak), alih bahasa K.H. Farid Ma'ruf*. Jakarta: Bulan Bintang.

Al-Hafizh bin Hajar Al-„Asqalani, Bulughul Maram. Indonesia: Darul ahya Al-Kitab Al-Arabiyah.

Andi Intan Cahyani. (2013). *Fikih Muamalah*. Makassar: Alauddin University Press.

Burhanudin Salam.(2000). *Etika Individual Pola Dasar Filasafat Moral*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Departemen Agama Republik Indonesia. (2005). *Al-Jumanatul Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung : CV Penerbit J-ART.

Faisal Badroen. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: kencana perdana media group.

Hamzah Ya'Qub. (1992). *Fiqh Muamalah Kode Etik Dagang Menurut Islam*. Bandung: CV. Diponegoro.

Hendi Suhendi. (2008). *Fiqih Muammalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Idri. (2015). *Hadis Ekonmi Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Imam Taqiyyudin Aby Bakrin Muhammad Al Husaain, Kifayatul Akhyar, Juzz II. (2011). Bandung: CV. Almaʻarif.

Jurnal Hunafa Vol. 4 No. 3, September 2007

Rufʻah Abdulah. (2011). *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sayyid Sabiq. (2006). *Fiqh Sunnah, Nur Hasanuddin, Terj. "Fiqh Sunnah",Jilid 4*. Jakarta: Pena Pundi Aksara, Cet. Ke-1.

Sudarsono. (1993). *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Zahruddin AR, M. M.Si, Hasanuddin Sinaga, S. AG., M. A.(2004). *Pengantar Studi Ahlak*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.