

“ANALISIS MOTIVASI PEDAGANG DALAM BERJUALAN BERBASIS SYARIAH”

(Studi Kasus Kaos Kareba Dan Oleh-Oleh Makassar)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar

Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah

Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh :

SALMA

NIM : 105251106217

31/08/2021

—
1 exp

Smb. Alumni

—
R/0040/MES/21CD

SAL

—
a'

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

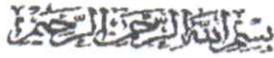
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

1442 H/ 2021 M



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Salma, NIM. 105251106217 yang berjudul **“ANALISIS MOTIVASI PEDAGANG DALAM BERJUALAN BERBASIS SYARIAH (studi kasus kaos kareba dan oleh – oleh makassar)”** telah diujikan pada hari Senin, 23 Dzulhijjah 1442 H / 2 Agustus 2021 M, dihadapan tim penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

27 Dzulhijjah 1442 H
Makassar,

02 Agustus 2021M

Ketua : Dr. M. Ilham Muchtar, Lc.,MA. (.....)

Sekretaris : Hasanuddin, SE.Sy., ME (.....)

Anggota : Ahmad Nasir, S.pd. I.,M. Pd.I (.....)

: Alamsyah, S.pd. I., M.H (.....)

Pembimbing I : Saidin Mansyur, S.S,M.Hum (.....)

Pembimbing II : Wahidah Rustam, S.Ag.,MH (.....)

Disahkan Oleh:

Dekan FAI Unismuh Makassar



Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si.

NBM : 774234



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. IV Telp. (0411) 851914 Makassar 90223



BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada: Hari/Tanggal Senin, 23 Dzulhijjah 1442 H / 2 Agustus 2021 M
Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar Gedung Iqra Lantai 4 Fakultas Agama Islam.

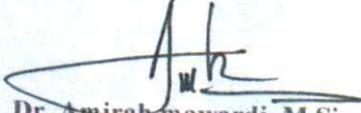
MEMUTUSKAN

Bahwa saudara

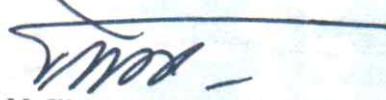
Nama : **SALMA**
Nim : **105 251 105 217**
Judul Skripsi : **ANALISIS MOTIVASI PEDAGANG DALAM BERJUALAN BERBASIS SYARIAH (Studi Kasus Kaos Kareba Dan Oleh – oleh Makassar)**

Dinyatakan : LULUS

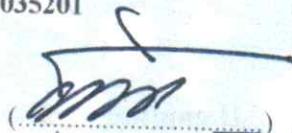
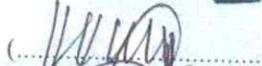
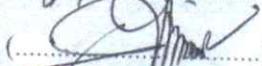
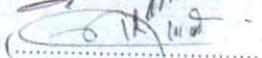
Ketua


Dr. Amirah mawardi, M.Si.
NIDN : 0906077301

Sekretaris

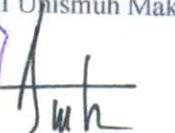

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc MA.
NIDN : 0924035201

Dewan Penguji :

Ketua : Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA. ()
Sekretaris : Hasanuddin, SE.Sy., ME ()
Anggota : Ahmad Nasir, S.pd. I.,M. pd.I ()
: Alamsyah, S.pd. I., M.H ()



Disahkan Oleh:
Dekan FAKULTAS AGAMA ISLAM Unismuh Makassar


Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si.
NBM : 774234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SALMA
NIM : 105251106217
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Agama Islam
Kelas : B

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun).
2. Saya tidak melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 maka bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 14 Dzulhijjah 1442 H
14 Juli 2021 M

Yang Membuat Pernyataan



SALMA
NIM. 105251106217

ABSTRAK

SALMA. 105251106217. 2021. *Analisis Motivasi Pedagang Dalam Berjualan berbasis syariah* oleh Saidin Mansyur dan Wahidah Rustam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana prinsip – prinsip syariah dalam kegiatan penjualan barang sesuai syariat islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Motivasi dalam berdagang sesuai syariah yaitu untuk amal jariah sebagai wadah untuk menolong orang lain, sunnah rosul yang mengajarkan untuk berwirausaha atau berdagang untuk menciptakan suatu hal yang baru serta dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang yang membutuhkan.

Adapun Motivasi lainnya menanamkan jiwa wirausaha walaupun awalnya hanya dengan cara menjadi perantara seperti menjual secara online barang-barang yang diambil dari penjahitnya langsung.

Berbagai strategi di era pandemic juga harus di aplikasikan seperti berjualan melalui sosial media baik di facebook ataupun Instagram, dan tak lupa untuk selalu menjalin komunikasi sesama rekan UKM agar dapat menjalin silaturahmi dan wadah memperkenalkan produk dari mulut ke mulut.

Hasil dalam penelitian menunjukkan prinsip syariah dalam kegiatan perdagangan yaitu jujur, amanah, bekerja ihklas, peduli, berani, dan mengutamakan niat ibadah.

Kata Kunci: Motivasi dan prinsip pedagang dalam berjualan berbasis syariah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam, berkat Rahmat, taufik dan Inayah-Nya lah, Skripsi yang berjudul “Analisis Motivasi Pedagang Dalam Berjualan Berbasis Syariah (studi kasus kareba dan oleh-oleh makassar” ini dapat terwujud. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah pada Nabi kita Muhammad SAW. beserta keluarga sahabatnya dan kepada seluruh umat Islam yang sholeh dan sholehah.

Karya tulis ini merupakan Skripsi yang diajukan kepada Fakultas Agama Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu, mendukung dan memperlancar terselesaikannya laporan skripsi ini, terkhusus penyusun sampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua Saharuddin dan Sohara yang telah membesarkan, mendidik, berjuang, berdoa, dan mengantarkan saya ke gerbang perguruan tinggi hingga pada tahap penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Mawardi Pewangi, M,Pd.I., selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
4. Bapak Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja M,Pd.I., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah. Bapak Hasanuddin, SE.Sy., ME selaku Sekertaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang senantiasa memberikan arahan-arahan selama menempuh pendidikan.
5. Bapak Saidin mansyur, S.S.,M.HUM dan Ibu Wahidah rustam S.Ag.M.H. selaku pembimbing yang rela membagi waktunya untuk bimbingan online dan bimbingan langsung.

6. Seluruh dosen dan jajaran civitas akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Kepada bapak Fakharuddin Mansyur, SE I., ME Owner Toko Kareba Dan Oleh- Oleh Makassar, yang sudah bersedia dengan baik memberikan informasi informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.
8. Teman teman Wisudawan 2021 yang hebat dan kepada mazlisa mustaming, hasniawati eka pratiwi yang selalu memberikan semangat dan menemani selama mengerjakan skripsi ini. Cousin inar asri ayu, ika puspita sari telah memberikan motivasi serta dukungannya,

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan hasil penelitian skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Dengan kerendahan hati penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi meningkatkan kualitas dan profesionalitas serta integritas dalam dunia pendidikan. Akhirnya penulis berharap bahwa apa yang telah penulis curahkan dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun dan pada khususnya pembaca pada umumnya. Aamiin.

Makassar, 7 Juni 2021

Salma 
NIM:105251106217

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
A. Motivasi	7
1. Pengertian motivasi	7
2. Peranan motivasi dalam kehidupan	8
3. Motivasi menurut abdul hamid mursi	10
B. Penjualan	12
1. Pengertian penjualan	12
2. Tujuan penjualan	14
3. Faktor Penjualan	16
4. Prinsip-prinsip berjualan dalam islam	18
5. Berjualan menurut pandangan islam	21
C. Pedagang	23
1. Pengertian pedagang	23
2. Komitmen pedagang	26
3. Tanggung jawab pedagang	28

BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Objek Penelitian	32
C. Fokus Penelitian.....	33
D. Sumber Data.....	33
E. Instrumen Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Tentang Toko Oleh-Oleh Kareba Makassar.....	38
1. Sejarah Toko Oleh-Oleh Kareba Makassar.....	38
2. Produk Produk Yang Di Perjual Belikan Di Toko Oleh-Oleh Kareba Makassar 40	
3. Motivasi dan Cara Menjalankan Bisnis Kareba Makassar.....	41
4. Cara Menghadapi Pesaing di Era Pandemi	42
5. Motivasi Menjalankan Wirausaha.....	43
6. Prinsip Syariah Dalam Berwirausaha.....	43
7. Motivasi Untuk Generasi Muda Agar Semangat Berwirausaha	43
8. Modal Awal Dalam Menjalankan Usaha	44
9. Upaya Dalam Berwirausaha.....	45
B. Motivasi Dalam Berwirausaha.....	45
1. Berjualan Sesuai Syariah.....	45
2. Berproduksi Untuk Membantu Orang Lain.....	46
3. Mewujudkan Kebutuhan Masyarakat.....	46
4. Membuka Lapangan Kerja.....	47
C. Prinsip Syariah Dalam Berjualan.....	47
D. Mempertahankan Konsumen Serta Meningkatkan Daya Beli Konsumen.....	47
E. Kisaran Gaji Karyawan.....	49

BAB V	49
PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui di masa pandemi sekarang ini banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan mereka dan lebih memilih membuka peluang usaha, adapun yang paling penting dari suatu usaha yaitu motivasi baik diri sendiri ataupun dari pihak keluarga.

Pada masa ini, seringnya terjadi kelangkaan barang pokok dipasaran, terutama saat hari raya besar, menjadikan para produsen atau para pedagang sengaja menimbun barang agar harganya dapat meningkat pada saat tersebut.

Seringkali para pedagang melakukan pelanggaran dalam proses produksinya. Di satu sisi setelah proses penjualan dan kehidupan berjalan yang dengan baik, mengingat menjaga lebih sulit dari pada saat mendirikan. Dengan demikian proses dan kegiatan penjualan sebagai dapurnya perusahaan perlu dipelajari dengan seksama dan sungguh-sungguh sehingga sebuah perusahaan memiliki divisi penjualan yang solid dan dapat dipercaya sebagai tulang punggung kelangsungan hidup perusahaan.

Upaya pedagang mendapatkan keuntungan yang maksimal dapat diwujudkan dengan cara mengamalkan nilai keislaman. Yang dimaksud mengamalkan yaitu dengan cara setiap proses perdagangan harus sesuai dengan

prinsip islam. Perbedaan dari perusahaan-perusahaan non muslim tak hanya pada tujuannya, tetapi juga pada kebijakan-kebijakan ekonomi dan strategi pasarnya.¹

Produksi secara umum yaitu suatu aktivitas dalam ekonomi yang tugasnya untuk pembuat suatu barang atau pemanfaatan dalam bentuk jasa. Produksi juga bisa dikatakan sebagai aktivitas mengolah dari bahan tidak jadi menjadi barang yang dapat digunakan oleh masyarakat.

Dalam ekonomi Islam penjualan merupakan bentuk aktivitas yang dilakukan untuk mewujudkan manfaat atau menambahkannya dengan cara mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi yang telah disediakan Allah sehingga menjadi masalah, untuk memenuhi kebutuhan manusi.² Sistem produksi merupakan rangkaian yang tidak dapat terpisahkan dari prinsip penjualan itu sendiri.³ Didalam islam prinsip penjualannya yaitu dengan menciptakan suatu barang dengan bahan baku yang halal sampai dengan proses memperjual belikan tidak boleh ada unsur yang bertentangan dengan prinsip islam. Di dalam aktivitas produksi ekonomi islam tidak boleh ada unsur haram yang nantinya dapat merusak atau merugikan sesama umat manusia.

Produksi dalam lingkup konvensional hanya mencangkup tentang apa yang diproduksi, cara memproduksi dan untuk siapa barang atau jasa itu diproduksi tanpa memikirkan kehalalan dalam setiap aktivitas produksinya. Obsesi kapitalisme ini digunakan untuk menundukkan masyarakat lemah yang tidak

¹<https://metrojambi.com/read/2018/11/02/36751/produksi-dalam-pandangan-islam-dan-etika-produksen-dalam-pandangan-islam>. (diakses pada tanggal 02 Desember 2020).

²Muhammad Turmudi, *Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Islamadina, Vol. 18, No. 1 (Maret 2017), h. 39.

³Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedoman Ilahi Jaya, 1992), h. 60

menopang kegiatan produksi misalnya, iklan yang menipu, spekulasi, penimbunan dan diskriminasi.⁹

Berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba meneliti tentang bagaimanakah motivasi produsen dalam menjalankan produksinya yang sesuai dengan syariah dengan proposal yang berjudul: **“Analisis Motivasi Pedagang Dalam penjualan Berbasis Syariah Studi Kasus Toko Kaos Kareba Dan Pusat Oleh-Oleh Makassar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan beberapa masalah yang menjadi pokok kajian dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimana Motivasi Dalam Berdagang Sesuai Dengan Syariah Di Toko Oleh-oleh Makassar ?
2. Bagaimana Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Perdagangan Di Toko Oleh-oleh Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang hendak dikaji tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana cara Toko Kareba Oleh-Oleh Makassar penjualan barang sesuai dengan syariat Islam.

⁹Qurroh Ayuniah dan Hambari, *A Survey on Islamic Production Theory*, Al-Infaq, Vol. 8, No. 7 (2017), h. 7.

yang dikerjakan seseorang. Disini peranan motivasi itu sangat besar artinya dalam bimbingan dan mengarahkan seseorang terhadap tingkah laku keagamaan.

Namun demikian ada motivasi tertentu yang sebenarnya timbul dalam diri manusia karena terbukanya hati manusia terhadap hidayah Allah. Sehingga orang tersebut menjadi orang yang beriman dan kemudian dengan iman itulah ia lahirkan tingkah laku keagamaan.¹²

Ada beberapa peran motivasi dalam kehidupan manusia sangat banyak, diantaranya:

- a. Motivasi sebagai pendorong manusia dalam melakukan sesuatu, sehingga menjadi unsur penting dan tingkah laku atau tindakan manusia.
- b. Motivasi bertujuan untuk menentukan arah dan tujuan.
- c. Motivasi berfungsi sebagai penguji sikap manusia dalam beramal benar atau salah sehingga bisa dilihat kebenarannya dan kesalahannya.
- d. Motivasi berfungsi sebagai penyeleksi atas perbuatan yang akan dilakukan oleh manusia baik atau buruk. Jadi motivasi itu berfungsi sebagai pendorong, penentu, penyeleksi dan penguji sikap manusia dalam kehidupannya.

Dan diantara 4 diatas yang paling dominan adalah peran motivasi yang pertama. Motivasi sebenarnya sangat menentukan kualitas perbuatan kita setiap perbuatan pasti didasari motivasi tertentu. Teori –teori dasar dalam SDM semuanya mengenai motivasi , mulai dari teori kebutuhan, Teori keadilan, Teori harapan.

¹²ibid, Hal 100

Benang merah dari semua tori tersebut adalah: Tak mungkin ada perbuatan yang terjadi tanpa dilandasi motivasi apapun.¹³

3. Motivasi Menurut Abdul Hamid Mursi

Abdul Hamid Mursi menerangkan motivasi dalam perspektif Islam sebagai berikut:

a. Motivasi fisiologis

Allah telah memberikan ciri-ciri khusus pada setiap makhluk sesuai dengan fungsi-fungsinya. Diantara cirri-ciri khusus terpenting dalam tabiat penciptaan hewan dan manusia adalah motivasi fisiologis. Studi-studi fisiologis menjelaskan adanya kecenderungan alami dalam tubuh manusia untuk menjaga keseimbangan secara permanen. Bila keseimbangan itu lenyap maka timbul motivasi untuk melakukan aktivitas yang bertujuan mengembalikan keseimbangan tubuh seperti semula.

b. Motivasi Menjaga Diri

Allah SWT menyebutkan pada sebagian ayat Al-Quran tentang motivasi-motivasi fisiologis terpenting yang berfungsi menjaga individu dan kelangsungan hidupnya. Misalnya lapar, dahaga, bernapas dan rasa sakit. Secara tersirat dalam Surat Thaha ayat 117-121 tiga motivasi terpenting untuk menjaga diri dari lapar, haus, terik matahari, cinta kelangsungan hidup, ingin berkuasa. Sebagian ayat al-Qur'an menunjukkan pentingnya motivasi memenuhi kebutuhan perut dan perasaan takut dalam kehidupan.

c. Motivasi Menjaga Kelangsungan Jenis

¹³Lihat :, Sholihin Abu Izudin, *Zero To Hero* , Jokjakarta: Pro-U Media, 2006,

Allah menciptakan motivasi-motivasi dasar yang merangsang manusia untuk menjaga diri yang mendorongnya menjalankan dua hal terpenting yakni motivasi seksual dan rasa keibuan. Motivasi seksual merupakan dasar pembentukan keluarga dan dalam penciptaan kaum wanita Allah menganugerahi motivasi dasar untuk melakukan misi penting yaitu melahirkan anak-anak. Al-Quran menggambarkan betapa beratnya seorang ibu mengandung dan merawat anaknya.

d. Motivasi Psikologis atau Sosial

1) Motivasi Kepemilikan

Motivasi memiliki merupakan motivasi psikologis yang dipelajari manusia di tengah pertumbuhan sosialnya, di dalam fase pertumbuhan, berkembang kecenderungan individu untuk memiliki, berusaha mengakumulasi harta yang dapat memenuhi kebutuhan dan jaminan keamanan hingga masa yang akan datang.

Harta mempunyai peranan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Urutan pemuasan kebutuhan tersebut sebagai berikut :

- a) Kebutuhan pangan dan papan.
- b) Kebutuhan kesehatan dan pendidikan.
- c) Kebutuhan bagi kelengkapan hidup.
- d) Kebutuhan posisi, status dan pengaruh sosial.

2) Motivasi Berkompetensi

Berkompetensi (berlomba-lomba) merupakan dorongan psikologis yang diperoleh dengan mempelajari lingkungan dan kultur yang tumbuh di dalamnya. Manusia biasa berkompetensi dalam ekonomi, keilmuan, kebudayaan, sosial dan

sebagainya. Al-Quran menganjurkan manusia agar berkompetensi dalam ketakwaan, amal shaleh, berpegang pada prinsip-prinsip kemanusiaan, dan mengikuti manhaj Ilahi dalam hubungan dengan sang pencipta dan sesama manusia sehingga memperoleh ampunan dan keridhan Allah SWT.

e. Motivasi Kerja

Motivasi kerja dimiliki oleh setiap manusia, tetapi ada sebagian orang yang lebih giat bekerja daripada yang lain. Kebanyakan orang mau bekerja lebih keras jika tidak menemui hambatan merealisasikan apa yang diharapkan. Selama dorongan kerja itu kuat, semakin besar peluang individu untuk lebih konsisten pada tujuan kerja. Ada juga yang menyukai dorongan kerja tanpa mengharapkan imbalan, sebab ia menemukan kesenangan dan kebahagiaan dalam perolehan kondisi yang dihadapi dan dalam mengatasi situasi yang sulit.

B. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana- rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang di usahakan untuk mengetahui daya Tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Dalam kegiatan pemasaran yang sangat kompleks dan saling berkaitan yang satu dengan yang lainnya, seperti promosi dan penjualan hendaknya dikelola

dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu laba. Promosi berfungsi untuk meningkatkan volume penjualan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli untuk melakukan pertukaran. Sedangkan penjualan adalah pemindahan barang dan jasa yang dilakukan oleh penjual. Pada umumnya perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan akan melakukan untuk mengadakan kegiatan promo melalui iklan, personal selling, dan publisitas. Mungkin salah satunya yang paling penting adalah periklanan, dimana efektifitasnya berkaitan langsung dengan kunjungan konsumen ke perusahaan.

Dalam hal ini hubungan langsung dengan jumlah penjualan yang dihasilkan. Dalam penjualan masalah pelayanan sangat penting, kunjungan seorang wiraniaga kepada para konsumen akan memberikan kemungkinan timbulnya banyak pesanan. Fungsi dari wiraniaga adalah mempromosikan produk yang dihasilkan perusahaan.

- a. Moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁴
- b. Mannan menekankan pentingnya motif altruisme (*altruism*) bagi pedagang yang Islami sehingga ia menyikapi dengan hati-hati konsep *Pareto Optimality* dan *Given Demand Hypothesis* yang banyak dijadikan sebagai konsep dasar penjualan dalam ekonomi konvensional.
- c. Rahman menekankan pentingnya keadilan dan pemerataan penjualan (distribusi penjualan secara merata).

¹⁴ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam; Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 45.

- d. Al-Haq menyatakan bahwa tujuan dari penjualan adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan *fardlu kifayah*, yaitu kebutuhan yang bagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib.
- e. Siddiqi mendefinisikan kegiatan penjualan sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memperhatikan nilai keadilan dan kebajikan / kemanfaatan (*mashlahah*) bagi masyarakat. Dalam pandangannya sebagai pedagang telah bertindak adil dan membawa kebajikan bagi masyarakat maka ia telah bertindak Islami.

Dalam definisi-definisi tersebut di atas terlihat sekali bahwa kegiatan penjualan dalam perspektif ekonomi Islam pada akhirnya mengerucut pada manusia dan eksistensinya, meskipun definisi-definisi tersebut berusaha mengelaborasi dari perspektif yang berbeda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepentingan manusia yang sejalan dengan moral Islam, harus menjadi fokus atau target dari kegiatan penjualan. Penjualan adalah proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan *mashlahah* bagi manusia. Penjualan juga mencakup aspek tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakter-karakter yang melekat pada proses dan hasilnya.¹⁵

2. Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan, kegiatan penjualan merupakan kegiatan yang paling penting karena dengan adanya kegiatan penjual tersebut terbentuklah laba yang dapat menjamin kontinuitas perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa

¹⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 230-231.

diperuntukkan bagi manusia yang hidup sekarang, tetapi juga untuk generasi mendatang.

Orientasi ke depan ini akan mendorong pedagang untuk terus menerus melakukan riset dan pengembangan guna menemukan berbagai jenis kebutuhan, teknologi yang diterapkan, serta berbagai standar lain yang sesuai dengan tuntutan masa depan. Efisiensi dengan sendirinya juga akan senantiasa dikembangkan, sebab dengan cara inilah kelangsungan dan kesinambungan pembangunan akan terjaga. Ajaran Islam juga memberikan peringatan yang keras terhadap perilaku manusia yang gemar membuat kerusakan dan kebinasaan, termasuk kerusakan lingkungan hidup, demi mengejar kepuasan.

Tujuan yang terakhir yaitu pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah. Sebenarnya ini merupakan tujuan penjualan yang paling orisinil dari ajaran Islam. Dengan kata lain, tujuan penjualan adalah mendapatkan berkah, yang secara fisik belum tentu dirasakan oleh pengusaha itu sendiri.

3. Faktor Penjualan

Selain itu masalah produk, distribusi dan harga sebagai variable pemasaran yang lain juga harus dipertimbangkan. Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa factor sebagai berikut faktor produksi.¹⁶Macam faktor produksi secara teori terbagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

a. Sumber Daya Alam

Allah Swt menciptakan alam yang di dalamnya mengandung banyak sekali kekayaan yang bisa dimanfaatkan

¹⁶ Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 125.

manusia. Manusia sebagai makhluk Allah hanya bisa mengubah kekayaan tersebut menjadi barang kapital atau pemenuhan yang lain. Menurut ekonomi Islam jika alam dikembangkan dengan kemampuan dan teknologi yang baik, maka Alam dan kekayaan yang terkandung di dalamnya tidak akan terbatas. Berbeda dengan pandangan ilmu ekonomi konvensional, yang menyatakan kekayaan alam terbatas karena kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Islam memandang kebutuhan manusia yang terbatas dan hawa nafsu yang tidak terbatas.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja menentukan kualitas dan kuantitas suatu produksi. Dalam Islam tenaga kerja tidak terlepas dari moral dan etika dalam melakukan produksi agar tidak merugikan orang lain. Dan sebagai tenaga kerja mereka memiliki hak untuk mendapatkan gaji atas kerja yang telah mereka lakukan. Bahkan Allah Swt mengancam tidak akan memberikan perlindungan di hari kiamat pada orang yang tidak memberikan upah pada pekerjanya. Memberikan upah yang layak dalam syariat Islam tidaklah mudah, para ahli memiliki perbedaan pendapat mengenai upah ini, ada yang berpendapat penentuan upah adalah standart cukup, maksudnya sebatas dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ada juga yang berpendapat penentuan upah bergantung pada kontribusi mereka pada produksi. Sebagian berpendapat

penentuan upah dengan melihat manfaat yang diberikan dan tidak menzalimi pekerja. Menurut al-Nabani berpendapat penentuan upah berdasarkan keahliannya.

c. Modal

Modal adalah segala kekayaan baik yang berwujud uang maupun bukan uang (gedung, mesin, perabotan dan kekayaan fisik lainnya) yang dapat digunakan dalam menghasilkan output. Pemilik modal harus berupaya memproduktifkan modalnya dan bagi yang tidak mampu menjalankan usaha, Islam menyediakan bisnis alternatif seperti *Mudhārabah*, *Musyārahah*, dan lain-lain.

d. Organisasi (Manajemen)

Dalam sebuah produksi hendaknya terdapat sebuah organisasi untuk mengatur kegiatan dalam perusahaan. Dengan adanya organisasi setiap kegiatan produksi memiliki penanggung jawab untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Diharapkan semua individu dalam sebuah organisasi melakukan tugasnya dengan baik sesuai dengan tugas yang diberikan.¹⁷

4. Prinsip-Prinsip Berjualan Dalam Islam

Pada prinsipnya kegiatan produksi terkait seluruhnya dengan syariat Islam, di mana seluruh kegiatan penjualan harus sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri. Konsumsi seorang muslim dilakukan untuk mencari

¹⁷ Ilfi Nur Diana, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 43.

falah (kebahagiaan), demikian pula penjualan dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa guna *falah* tersebut.

Prinsip-prinsip penjualan, yaitu sebagai berikut:

a. Prinsip Ketuhanan (tauhid)

Prinsip ini menuntut kesadaran semua adalah milik Allah dan semua aktivitas diawasi oleh Allah. (Mardani, 2015). Tetapi lebih dari itu bahwa keuntungan dalam kegiatan penjualan bekal dalam menyongsong kehidupan diakhirat nanti. Implementasi prinsip ketuhanan adalah terwujudnya seorang pengusaha muslim yang menghindari segala bentuk eksploitasi, serta menghindari transaksi yang mengandung riba.

b. Prinsip Kerelaan (saling rela/ *ridhaiyyah*)

Dalam penjualan, prinsip saling rela ditandai dengan adanya akad *ijab* dan *qabul* yang dilakukan tanpa paksaan serta bebas dari berbagai intimidasi, penipuan, dan penyemaran (hidayat, 1998). Secara lebih teknis, implementasi prinsip ini adalah masing-masing pihak berkewajiban memberikan informasi yang lengkap dan benar agar tidak terjadi *asymmetric information*, yaitu suatu kondisi dimana salah satu pihak tidak memiliki informasi yang lengkap dan baik dari pada pihak yang lain (word bank, 2003) keberadaan informasi yang lengkap dan benar itu menjadi faktor penting untuk menjadi pertimbangan dalam transaksi.¹⁸

c. Prinsip Keadilan

¹⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 117

Prinsip keadilan dalam penjualan dapat dilakukan dengan sikap tidak saling menzali. Penjual harus mampu bersikap adil kepada seluruh pembeli, demikian hal sebaliknya (Syaltut, 1990).

d. Prinsip Kejujuran

Penerapan prinsip kejujuran dalam penjualan dapat dilakukan dengan memberikan informasi secara objektif, benar apa adanya, dan menyeluruh. Konsekuensi dari prinsip kejujuran ini adalah larangan terhadap segala bentuk tindakan penipuan, baik dari prinsip kejujuran dalam bentuk perkataan maupun perbuatan.

- 1) Penjualan barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi.
- 2) Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk membatasi polusi, memelihara keserasian dan ketersediaan sumber daya alam.
- 3) Berjualan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran. Kebutuhan yang harus dipenuhi harus berdasarkan prioritas yang ditetapkan agama, yakni terkait dengan kebutuhan untuk tegaknya akidah/agama, terpeliharanya nyawa, akal dan keturunan/kehormatan, serta untuk kemakmuran material.
- 4) Berjualan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat. Untuk itu hendaknya umat memiliki berbagai kemampuan, keahlian dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material. Juga terpenuhinya kebutuhan pengembangan peradaban, di mana dalam kaitan tersebut para ahli fiqh memandang bahwa pengembangan di bidang ilmu,

“pemelihara (*al-murabbi*), penolong (*al-nāshir*), pemilik (*al-mālik*), yang memperbaiki (*al-mushlih*), tuan (*al-sayyid*) dan wali (*al-wālī*). Konsep ini bermakna bahwa ekonomi Islam berdiri di atas kepercayaan bahwa Allah adalah satu-satunya Pencipta, Pemilik dan Pengendali alam raya yang dengan takdir-Nya yang menghidupkan dan mematikan serta mengendalikan alam dengan ketetapan-Nya (*sunatullāh*).²¹

Dengan keyakinan akan peran dan kepemilikan absolut dari Allah *Rabb* semesta alam, maka konsep produksi di dalam ekonomi Islam tidak semata-mata bermotif maksimalisasi keuntungan dunia, tetapi lebih penting untuk mencapai maksimalisasi keuntungan akhirat. Allah SWT.

Berfirman dalam QS. Al-Qasas/28:77 :

وَأَتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”²²

Ayat 77 surat al-Qashas mengingatkan manusia untuk mencari kesejahteraan akhirat tanpa melupakan urusan dunia. Artinya, urusan dunia merupakan sarana untuk memperoleh kesejahteraan akhirat. Orang bisa

²¹Muhammad Abdu al-Mun'im 'Āfar dan Muhammad bin Sa'īd bin Nājī al-Ghamīdi, *Ushūl al-Iqtishād al-Islāmī* (Beirut: Dār al-Fikr al-Mu'ashīr, 1993), h. 59-60.

²²Departemen Agama R. I, *Al-Quran Dan Terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan Penterjemah/ Penafsir Al-Quran), h 395

berkompetisi dalam kebaikan untuk urusan dunia, tetapi sejatinya mereka sedang berlomba-lomba mencapai kebaikan di akhirat.

Islam pun sesungguhnya menerima motif-motif berproduksi seperti pola pikir ekonomi konvensional tadi. Hanya bedanya, lebih jauh Islam juga menjelaskan nilai-nilai moral di samping utilitas ekonomi. Bahkan sebelum itu, Islam menjelaskan mengapa produksi harus dilakukan. Menurut ajaran Islam, manusia adalah *khalifatullāh* atau wakil Allah dimuka bumi dan berkewajiban untuk memakmurkan bumi dengan jalan beribadah kepadanya.

Islam juga mengajarkan bahwa sebaik-baik orang adalah orang yang banyak manfaatnya bagi orang lain atau masyarakat. Fungsi beribadah dalam arti luas ini tidak mungkin dilakukan bila seseorang tidak bekerja atau berusaha. Dengan demikian, bekerja dan berusaha itu menempati posisi dan peranan sangat penting dalam Islam. Sangatlah sulit untuk membayangkan seseorang yang tidak bekerja dan berusaha, terlepas dari bentuk dan jenis pekerjaannya, dapat menjalankan fungsinya sebagai *khalifatullāh* yang membawa *rahmatan li al-'ālamīn*. Seorang produsen tentu tidak akan mengabaikan masalah eksternalitas seperti pencemaran.²³

C. Pedagang

1. Pengertian Pedagang

Menurut Kamus Besar Ekonomi, "Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk

23 Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, h. 211.

Pedagang professional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas pedagang merupakan pendapatan atau sumber usaha dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.²⁵

Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas pedagang untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.

Pedagang subsetensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.

Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak diharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Dari pemahaman tersebut bisa ditarik kesimpulan, Pedagang adalah pihak yang tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, tetapi juga terlibat di dalam penyampaian atau peredaran produk sampai ke tangan konsumen. Kemudian, adanya kegiatan produksi yang dilakukan produsen bertujuan menambah nilai guna dari suatu benda atau menciptakan benda baru yang bermanfaat untuk memenuhi kepuasan orang banyak. Membahas lebih dalam mengenai apa itu produsen adalah

²⁵ Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), 14.

2. Komitmen Pedagang

Pedagang harus memiliki pegangan yang tinggi terhadap keadilan dan kebajikan, sehingga nilai-nilai ini harus menjadi pedoman bagi kegiatan ekonomi dan bisnisnya. Kesejahteraan bagi masyarakat secara keseluruhan juga harus menjadi tujuan dari kegiatan penjualan, penjualan secara makro maupun mikro.

Dengan batasan kedua prinsip ini, maka pedagang dapat memaksimalkan tingkat keuntungan yang ingin dicapainya. Dengan demikian, segala upaya memaksimalkan keuntungan tidak boleh dilakukan dengan meninggalkan prinsip keadilan dan kebajikan bagi kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Sesungguhnya penerapan prinsip-prinsip penjualan yang islami juga sangat kondusif bagi upaya pedagang untuk mencapai keuntungan maksimum jangka panjang. Jika perusahaan mengutamakan keadilan dan kebajikan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat, maka dengan sendirinya eksistensi perusahaan dalam jangka panjang akan lebih terjamin. Jadi tujuan keadilan dan kebajikan dalam penjualan akan berkorelasi positif dengan keuntungan yang dicapai perusahaan.²⁶

Selain itu, ada beberapa nilai yang dapat dijadikan oleh pedagang, khususnya muslim, sebagai sandaran motivasi dalam melakukan proses penjualan, yaitu:

²⁶ Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008),h 184

- a. Profit bukanlah merupakan satu-satunya elemen pendorong dalam berjualan, tetapi kehalalan dalam menghasilkan suatu barang atau jasa dan keadilan dalam mengambil keuntungan merupakan motivasi penting.
- b. Pedagang harus memperhatikan resiko yang ada dimana semua resiko sosial yang diciptakan dari sebuah proses dapat diatasi dengan baik. Selain itu, barang yang diperjualkan juga harus mencangkup kebutuhan dasar masyarakat.
- c. Pedagang harus memperhatikan nilai-nilai keagamaan, dimana nilai tersebut harus dijadikan penyeimbang dalam melakukan produksi. Artinya harus kembali lagi kepada hakekat penciptaan manusia dan niatan untuk mencari ridho Allah.

Dalam melakukan aktivitas ekonomi, baik itu produksi, konsumsi ataupun perdagangan, motivasi yang sifatnya individualistis sangat dijauhkan. Oleh karena itu, Islam secara khas menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi sosial. Dimana kegiatan produksi yang dapat menghasilkan kebutuhan untuk dikonsumsi dan juga keuntungan bagi si pedang harus dapat berkontribusi terhadap kehidupan sosial.

Melalui konsep inilah, kegiatan produksi harus bergerak di atas dua garis optimalisasi. Tingkatan optimal pertama adalah mengupayakan berfungsinya sumber daya insani ke arah pencapaian kondisi full employment, di mana setiap orang bekerja dan menghasilkan suatu karya kecuali mereka yang „udzur syar“i seperti sakit dan lumpuh. Optimalisasi berikutnya adalah dalam hal Perjualan kebutuhan primer (dharuriyyah), lalu kebutuhan sekunder (hajiyyat) dan

kebutuhan tersier (tahsiniyyat) secara proporsional. Tentu saja Islam harus memastikan hanya penjualan sesuatu yang halal dan bermanfaat buat masyarakat (thayyib). Target yang harus dicapai secara bertahap adalah kecukupan setiap individu, ekonomi umat dan kontribusi untuk mencukupi umat dan bangsa lain. Beberapa tujuan kegiatan produksi adalah sebagai berikut :

- 1) Pemenuhan sarana kebutuhan manusia pada takaran moderat.
- 2) Menemukan kebutuhan masyarakat.
- 3) Persediaan terhadap kemungkinan-kemungkinan di masa depan.
- 4) Persediaan bagi generasi mendatang.
- 5) Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah.²⁷

Padagang juga dituntut untuk proaktif dan kreatif dalam menemukan berbagai barang dan jasa yang memang dibutuhkan oleh manusia. Terkadang konsumen tidak menyadari apa yang dibutuhkan. Dengan demikian dagang diharapkan dapat menghasilkan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kehidupan di masa mendatang.

3. Tanggung Jawab Pedagang

Dalam perkembangannya hukum tentang tanggung jawab pedagang (product liability) yang berlaku pada setiap negara berbeda-beda. Dengan makin berkembangnya perdagangan internasional maka persoalan tanggung jawab pedagang (product liability) menjadi masalah yang melampaui batasbatas maju di dunia internasional. Sehingga diperlukan penambahanpenambahan terutama dalam rangka mempermudah pemberian kompensasi bagi konsumen yang

²⁷ Qardhawi, Yusuf, Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, (Jakarta: Robbani Press, 2004), h 67

menderita kerugian akibat produk yang diedarkan di masyarakat.²⁸ Kurangnya kesadaran dan tanggung jawab sebagai pedagang akan berakibat fatal dan menghadapi resiko bagi kelangsungan hidup dan kredibilitas usahanya. Rendahnya kualitas produk atau adanya cacat pada produk yang dipasarkan akan menyebabkan kerugian bagi konsumen, di samping pedagang itu juga akan menghadapi tuntutan kompensasi yang pada akhirnya akan bermuara pada kalah bersaingnya produk tersebut dalam merebut pangsa pasar. Permasalahan tersebut akan terasa semakin penting dalam era perdagangan bebas atau era globalisasi.

Aspek pertama dari perlindungan konsumen adalah persoalan tentang tanggung jawab pedagang atas kerugian sebagai akibat yang ditimbulkan oleh produknya. Dengan singkat persoalan itu lazim disebut dengan tanggung jawab produk (*product liability*).²⁹ Secara historis tanggung jawab pedagang (*product liability*) lahir karena adanya ketidakseimbangan kedudukan dan tanggung jawab antara pedagang dan konsumen. Oleh karena itu, pedagang yang pada awalnya menerapkan strategi yang berorientasi pada produk dalam pemasaran produknya harus mengubah strateginya menjadi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, dimana pedagang harus hati-hati dengan produk yang dihasilkan olehnya. Oleh karenanya itu masalah tanggung jawab pedagang (*product liability*) telah mendapat perhatian yang semakin meningkat dari berbagai kalangan baik kalangan industri, industri asuransi, pedagang, pemerintah dan para ahli hukum.

28 Agnes M. Toar. *Tanggung Jawab Produk sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*. Bandung: Alumni, Bandung, 1988, h. 105.

29 Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, h. 11

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen, dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibedakan kepada pihak-pihak terkait.

Berkaitan dengan pertanggungjawaban yang ada di dalamnya terdapat prinsip tanggung jawab hukum pedagang, merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menyatakan secara tegas mengenai tanggung jawab yang harus diberikan kepada konsumen, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1). beberapa sumber formal hukum, seperti peraturan perundang-undangan dan perjanjian standar di lapangan hukum keperdataan seringkali memberikan pembatasan-pembatasan terhadap tanggung jawab yang dipikul oleh pelaku usaha yang melanggar hak-hak yang seharusnya diperoleh konsumen.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti memang “mengkonstruksi” relitas yang tersembunyi di dalam masyarakat³³

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi suatu peneliti yang melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Observasi merupakan alat pengumpulan data, yakni dengan melihat dan mendengarkan³⁴ Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung serta ikut terjun langsung ke lapangan dan mencatat kejadian-kejadian yang berkaitan dengan sistem penimbangan yang benar berdasarkan ketentuan hukum Islam. Untuk mengumpulkan data, maka peneliti menyiapkan instrument lembar observasi.

2. Wawancara

Upaya memperoleh informasi atau data yang digunakan dengan bertanya langsung kepada responden. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara secara bebas, dalam arti responden diberi kebebasan menjawab akan tetapi, tetap dalam batas-batas tertentu agar tidak menyimpang dari panduan wawancara yang disusun. Oleh sebab itu, pedoman wawancara perlu disiapkan sebelum wawancara.

33 Moleong, Lexy, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2000), h. 19.

34 S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistic-Kualitatif*, (Bandung : Tarsito, 1992), h. 66

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Metode dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh. dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi segala bentuk arsip yang terkumpul saat penelitian sedang berlangsung, baik itu data secara lisan, tertulis, maupun gambar atau foto.

G. Teknik Analisis Data

Dalam rangka menjawab rumusan masalah yang ditetapkan penulis, maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan miles dan huberman, yaitu:

1. Pengumpulan data baik melalui observasi langsung di lapangan kemudian wawancara mendalam terhadap informan yang compatible terhadap penelitian untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar memperoleh data sesuai dengan yang diharapkan.
2. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dari catatan-catatan yang diperoleh dari pengumpulan data.
3. Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan informasi dalam bentuk teks naratif yang bertujuan untuk mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih kemudian disajikan dalam uraian penjelasan.

4. Pada tahap akhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan data yang didapatkan. Dimana dalam analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu dengan menganalisis seperti apa motivasi produsen dalam memproduksi yang benar berdasarkan ketentuan hukum Islam.

pemilikinya. Dalam aturan dagang sekarang mempunyai nilai ekonomi, karena pemiliknya telah mengeluarkan biaya untuk memilikinya. Hak-hak ini juga diakui oleh syariat. Tidak boleh dilanggar (dibajak)".³⁵

Fakhruddin Mansyur Mengatakan bahwa:

"Kemudian selama 3 bulan memulai memasarkan produk lewat social media yaitu Facebook karna posisinya saat itu tidak membuka toko apalagi produk yang di jual adalah kaos Makassar, waktu itu memasarkan lewat social media karna pembeli kebanyakan ada di luar Yogyakarta".

Dalam memasarkan sebuah produk pentingya sosial media sangat berperan karena dapat memudahkan agar produk yang kita pasarkan lebih dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan omset pemasukan di era pandemic seperti sekarang ini.

Setelah 3 bulan melanjutkan perjuangan di kampungnya yaitu di Makassar, saat owner itu telah selesai urusan kuliah di Yogyakarta pulang ke Makassar sekaligus melanjutkan usaha tepatnya di Makassar di rumah orangtuanya di Jalan Racing centre lorong 1 Karampuang Panakkukang Makassar, saat itu lokasinya berada di dalam lorong sehingga sulit di jangkau oleh pembeli, jadi masih melakukan transaksi lewat online juga.

Setelah 3 tahun, lalu mencoba memberanikan owner membuka toko dan merekrut karyawan, di lokasi strategis tepatnya tahun 2015 sampai 2017 di Jalan Pengayoman setelah Carrefour disitu menjalankan usahanya 2 tahun dan mencoba merintis usaha pelan pelan dari yang awalnya hanya kaos mencoba menambah produk khas Makassar seperti Markisa, Kopi Toraja, Sara'ba dan beberapa produk cemilan lainnya.

Kemudian pada tahun 2018,2019, 2020 Alhamdulillah kami berpindah lokasi lagi karena lokasi di jalan pengayoman sudah sempit dan tidak muat

³⁵Fakhruddin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40).

barang-barang, setelah itu mendapatkan tempat sewa tapi walaupun sewa tetap di syukuri karna lokasinya lebih starategis serta parkirannya juga memadai,

Lokasinya itu di jalan A.P. Pettarani yang lokasinya juga 3x lebih besar dari jalan Pengayoman sehingga kami juga menambahkan prodak oleh oleh khas Makassar dengan cara bermitra dengan teman teman UKM yang ada di Sulawesi selatan baik itu produk makanan, minuman ataupun kerajinan yang sampai sekarang masih berjalan.

2. Produk Produk Yang Di Perjual Belikan Di Toko Oleh-Oleh Kareba Makassar

Fakhrudin Mansyur mengatakan bahwa:

“Toko kareba ini menjual produk oleh-oleh khas Makassar tentunya tidak Cuma di Makassar mestinya tapi di seluruh Sulawesi pada umumnya baik itu pakaian, makanan, minuman, kerajinan.Hal yang menjadi keunggulan dan ciri khas Toko oleh-oleh Kareba Makassar yaitu baju kaosnya dimana baju kaosnya itu identik dengan khas Makassar seperti kata Kareba”.³⁶

Adapun produk yang di jual belikan

Seperti yang ada dibawah ini yaitu :

- a.Makanan : Cemilan khas Makassar
- b.Minuman : Markisa, Madu rutan murni, dan kopi.
- c.Kerajinan : Baju Kaos, gantungan kunci, tas, baju batik lontara, minyak kayu putih.

Adapun produk yang mereka tawarkan itu masih ada beberapa dan yang di produksi sendiri juga ada seperti baju kaos, dan yang lainnya di supple dari rekan sesama UKM Se Sulawesi Selatan.

³⁶fakharuddin mansyur,SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di toko kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021.(16.40)

5. Motivasi menjalankan Wirausaha

- a. Menjalankan bisnis dengan niat ibadah.
- b. Meyakinkan diri untuk selalu memulai hal yang baru.
- c. Melihat para UKM yang dapat memotivasi diri kita.
- d. Tidak mengambil keuntungan yang banyak.
- e. Selalu berusaha mengikuti apa yang dibutuhkan di masyarakat.
- f. Percaya bahwa dengan berwirausaha kita dapat membantu orang lain.

6. Prinsip Syariah Dalam berwirausaha.

Ada beberapa prinsip syariah dalam berjualan Antara lain:

- a. Amanah
 - 1) Jujur dan menepati janji.
 - 2) Bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik.
 - 3) Bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah.
 - 4) Melayani melebihi harapan
- b. Jamaah
 - 1) Peduli dan berani memberikan maupun menerima umpan balik yang konstruktif.
 - 2) Membangun sinergi secara profesional.
 - 3) Membagi pengetahuan yang bermanfaat.
 - 4) Memahami keterkaitan proses kerja.

7. Motivasi Untuk Generasi Muda Agar Semangat Berwirausaha

Fakhrudin Mansyur Mengatakan bahwa:

“Dalam berwirausaha harus mau kalau tidak bakal menyesal karena sudah banyak anak muda yang sukses dari berwirausaha walaupun awalnya hanya berdagang dulu atau bisnis perantara yang penting mau dulu berusaha”.

Berwirausaha sekaligus bekerja sebagai dosen mata kuliah kewirausahaan, jadi betul betul apa yang di praktekan di lapangan itu yang saya sampaikan kepada mahasiswa supaya informasinya update sesuai kebutuhan mahasiswa.

Fakhrudin Mansyur mengatakan bahwa:

“Motivasi itupun kalau tanpa tindakan akan susah jadi saya sebisa mungkin memberikan tantangan kepada mahasiswa untuk membuat tugas dimana tugasnya itu menciptakan usaha yang nantinya labanya di hitung sekian rupiah dalam waktu beberapa bulan, ini menjadi tugas final mahasiswa untuk mendapatkan laba tersebut sehingga itu menjadi nilai yang di dapatkan oleh mahasiswa”.

Dengan adanya tugas ini onwer berharap akan mampu mendorong mahasiswa untuk berwirausaha walaupun dari berdagang agar saat selesai wisudah tidak bingung mau kerja apa, apalagi sibuk cari kerja sana sini pasti kasihan kepada orangtuanya begitupun almamaternya jika belum dapat pekerjaan. Maka dari itu dengan adanya mata kuliah ini agar dapat mendorong mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya sendiri.”³⁹

8. Modal Awal Dalam Menjalankan Usaha.

Fakhrudin Mansyur mengatakan bahwa:

“Waktu berada di Yogyakarta sebagai pelajar disitu kami sekolah hingga kuliah sampai lulus kota Yogyakarta terkenal di kota pelajar , berwisata budaya persaingan usaha juga ketat sehingga kita terbentuk untuk biasa bersaing berwirausaha lalu dengan niat jogja juga untuk menimba ilmu pulang Makassar harus membuat manfaat untuk di kota Makassar lalu sambil dengan niat itu juga mempelajari setuasi keadaan apa yang di butuhkan di Makassar lalu saya coba hubungkan kota jogja yang mempunyai oleh – oleh khas jogja da nada juga kaos jogja dan idenya dari

³⁹ Fakhrudin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40).

situ untuk membuat kaos Makassar dan oleh – oleh khas Makassar kemudian sambil belajar berbisnis, Itulah awal prosesnya.”

Jadi, modal utama dalam membangun sebuah usaha ialah dengan coba-coba dan mau bersaing karena zaman sekarang banyak persaingan sesama wirausaha sehingga kita harus pintar-pintar mencari motivasi dan hal baru agar tidak ketinggalan.

Di samping itu peran lingkungan juga sangat penting untuk mendukung kita agar lebih bersemangat dan lebih berusaha mengembangkan usaha yang kita punya, tidak lupa pula kita harus menjalin kerjasama Antara sesama UKM agar bisa saling membantu dalam memasarkan produk yang kita jual.

9. Upaya Dalam Berwirausaha

Fakhrudin Mansur mengatakan bahwa: “Dalam menjalankan bisnis Toko khas oleh-oleh Makassar maka dalam operasionalnya kami telah berupaya dalam menjalankan sesuai dengan prosedur syariah, karena yang kami pahami sesuai syariah itu yang pertama tidak menjalankan bisnis yang di haramkan bahan bakunya. Kemudian adapun ciri – ciri kami menjalankan toko kareba adalah, karyawan kami perempuan dengan busana sesuai dengan syariat islam”.

Karena dalam menjalankan usaha yang baik maka, terlebih dahulu kita harus menerapkan prosedur yang baik, agar menjadi pula daya Tarik bagi masyarakat untuk berbelanja di Toko Kareba.

B. Motivasi dalam Berwirausaha

1. Berjualan sesuai syariah

Fakhrudin Mansur mengatakan bahwa: “Prinsip syariah itu harus halal dan bahan – bahan bakunya, hubungannya dengan pedagang barang harus jelas ke halal, contohnya seperti susu, gula, garam, tepung, pengembangnya, harus halal dan cara mengetahui halalnya yaitu, semua bahan baku di cantumkan ke label halal dari MUI ,selain halal harus baik, baik itu tak berlebihan memakai pewarna yang alami,tidak merugikan seperti gula pasir bukan pemanis buatan yang biasa merusak tenggorokan atau batuk”.

Sangat penting dalam sebuah wirausaha memperjual belikan barang yang jelas sumbernya, bahan bakunya dari mana dan penyalurannya kemana. Kehalalan suatu barang atau bahan dalam produksi sangat penting agar konsumen tidak dirugikan, karena kenyamanan konsumen sangat penting dalam sebuah kegiatan konsumsi. Konsumen yang merasa puas akan pelayanan yang kita berikan pasti akan kembali berbelanja di tempat kita dan tidak menutup kemungkinan dapat menjadi promosi tidak langsung jika konsumen itu menceritakan kepada kerabat tentang pelayanan toko kita.

2. Berproduksi untuk membantu orang lain

Segala aktivitas produksi sebuah barang atau jasa harus jelas bahan-bahannya dan harus jelas apakah barang atau jasa tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat dan tidak memberikan dampak buruk bagi penggunaannya.

3. Mewujudkan kebutuhan masyarakat

Perwujudan kebutuhan masyarakat dapat di topang oleh aktivitas produksi dimana kita memproduksi barang sesuai apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat puas atas apa yang kita berikan.

Karena jika masyarakat merasa puas mereka pasti akan kembali lagi berbelanja atau menggunakan jasa toko kita, kepuasan pelanggan itu sangat penting menunjang perkembangan sebuah usaha.

4. Membuka lapangan kerja

Dalam perdagangan juga kita dapat membuka lapangan kerja bagi orang lain dengan cara mempekerjakannya sehingga mereka juga dapat memenuhi kebutuhannya.

C. Prinsip syariah dalam berjualan

Ketentuan syariah sesuai dengan prinsip syariah :

1. Zatnya sendiri harus diketahui kehalalannya dan produk bahan bakunya juga harus halal.
2. Mendapatkan produknya juga harus halal, berhubungan dengan produksi misalnya tepungnya halal atau tidak, kandungan dalam bahan bakunya, baik itu berupa gula, garam , atau bahan makanan lainnya, cara mengetahuinya minimal ada label halal dari MUI.

D. Mempertahankan Konsumen Serta Meningkatkan Daya Beli Konsumen

Mempertahankan konsumen strategi yang dipake dalam meningkatkan penjualan karena konsen yang telah dibeli perlu diedukasi yang lebih banyak.⁴⁰

Fakharuddin Mansyur menyatakan : “Tidak perlu diedukasi karna sudah banyak lagi karena sudah perna beli, agar cara mempertahankan konsumen agar membeli ulang, bahkan rekomendasikan ulang ke orang lain, memang kita harus selaturahmi dari konsumen tersebut dengan

⁴⁰*Journal majma' Al Fiqh Al Islami*, edisi V, jilid III, hal 2267. 40Fakhruddin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 februari 2021 (16.40).

cara tidak harus ketemu, minimal di sapa lewat media sosial atau sms. Menanyakan kabar itu sudah konsumen itu merasa dihargai dan diayomi, serta dihargai juga.

Konsumen juga harus diperhatikan cepat atau lambat dia biasanya kembali untuk membeli lagi, harga barang atau kualitas barang extra membuat konsumen beta akan kembali lagi, meningkatkan daya konsumen, mengiklankan lewat sosial media, apa lagi dimasa pandemi covid-19 Toko Oleh-Oleh Makassar itu dan semua Toko-Toko seluruh Indonesia berdampak karena mengandalkan wisata tidak kemana-kemana karena membatasi jadi harus didukun lewat online atau diiklankan lewat sosial media, bagaimana penjualan terus meningkat dan adapun toko oleh-oleh Makassar punya sosial media yaitu: facebook, Instagram, youtube, adapun toko oleh-oleh Makassar juga ada dishopie dan lapak dan semua upawakan mempunyai alat penjualan tersebut, ada juga di google maps dan google bisnis jika ingin mencari Oleh-Oleh Makassar.

Upaya yang lain saat melayani online yaitu melayani dengan ramah, disambut sehingga konsumen juga nyaman, jika di bandingkan dengan toko Makassar yang lain rata-rata penjualannya dalam menjalankan sangat biasa saja, bahkan saat kita masuk ditoko lain aroma- aromanya berbau dupa coba kita jalan-jalan ke jalan somba opu yang banyak penjualan oleh-oleh ada yang alergi, ada yang pusing, atau biasa saja. Itu memberi nilai tambah penjualan melayani konsumen karena sangat batas, rata-rata yang melayani offline datang ditoko tapiminta dikirimkan kareba bisa dari packing sampai mengirim barang itu bisa hamper ke seluruh Indonesia, kareba sudah menjangkau penjualan makanan, minuman, obat-obatan, seperti minyak kayu putih. Sudah beberapa banyak sudah dikirim beberapa daerah packing khusus cairan, botol yang dipakai bable rek bisa dikirim dan dipercaya sehingga barang aman sampai tujuan.”

Ketika menjalani konsumen dengan baik seperti kita berbelanja di toko oleh-oleh makassar dan lokasinya sangat strategis ditengah kota diporos jalan petterani , sekitar 2 kilo menuju tol rata-rata orang berangkat kebandara atau berangkat kekampungnya ,keluar kota masuk ke jalan tol lewat petterani bisa mampir ke Toko Oleh-Oleh Makassar, adapun penghuni hotel Claro yang biasanya yang mampir Capten pilot pesawat sudah 3 kali mampir dengan orang yang berbeda di Toko Oleh-Oleh Makassar.

Toko Kareba dan pusat Makassar menjual produk Oleh-Oleh Khas Makassar tentunya tidak cuman dimakassar saja , mesti seluruh di Sulawesi pada umumnya baik itu dipakean , makanan, minuman, kerajinan, hal yang menjadi keunikan atau keunggulan Oleh-Oleh Makassar, adapun baju kaosnya Khas Makassar mempunyai merk sendiri, karena memang toko kareba didahului baju kaosnya khas Makassar yang diangkat dijual, pada tahun ke-4 sudah mempunyai prodak-prodak lain yang mana prodak terdiri yaitu:

- a. Baju kaos.
- b. Gantungan kunci.
- c. Kerajinan.
- d. Cemilan khas Makassar.
- e. Baju batik lontara.
- f. Minyak kayu putih.
- g. Madu.
- h. Kopi.
- i. Markisa

Penjualan disuplei oleh rekan-rekan sesama pelaku UKM Sulawesi Selatan.

E. Kisaran Gaji Karyawan Oleh – Oleh Makassar

Fakharuddin Mansyur Menyatakan : “kami memberikan 2 fasilitas: ada gaji pokok ada juga bonus dan fasilitas lainnya adalah tempat tinggal didalam toko tersedia ada dapur ada wc, lalu gratis menggunakan tempat tinggal termasuk air, listrik dan kami fasilitas lauk dan beras agar kebutuhannya tercukupi dan lebih focus mengurus tugas yang diamanahkan yang diberikan oleh pemilik toko untuk memang focus berkerja, walaupun bisa menggunakan hp juga tidak apa-apa yang penting tidak mengganggu pekerjaan. Kalo dihitung hitung sudah Antara gaji pokok dan fasilitas itu sangat bisa memenuhi standar UMK”.⁴¹

Pentingnya kenyamanan bagi karyawan yang telah membantu kegiatan ekonomi kita karena dengan adanya bantuan karyawan dapat

⁴¹ Fakhrudin Mansyur, SE I., ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara diToko Kareba Makassar, padahari jumat tanggal 5 februari 2021 (16.40)

memudahkan kita dalam segala sesuatu. Kenyamanan karyawan sangat penting agar karyawan betah untuk tetap kerja bersama kita sehingga dapat juga membantu mereka untuk mendapatkan penghasilan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Motivasi Pedagang Dalam Berjualan Berbasis Syariah (Studi Kasus Kaos Kareba Dan Oleh-Oleh Khas Makassar), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi dalam berdagang secara syariah bagi pelaku usaha adalah :

a. Amal jariah

Dengan niat amal jariah kita membangun sebuah usaha dengan niat dunia akhirat tidak hanya kepentingan dunia yaitu keuntungan saja tetapi harus memikirkan juga akhirat dengan berwirausaha dengan jujur dan amanah.

b. Berjualan sesuai hobby

Langkah pertama untuk membuka sebuah usaha ialah mengetahui apa kesenangan kita misalnya kita senang memasak, jadi kita bisa mulai berwirausaha dengan menjual makanan ataupun cemilan-cemilan kekinian yang banyak disukai remaja. Kalaw misalnya kesukaan kita bagian fasion, kita bisa menjual baju, celana ataupun hijab, jika belum bisa produksi sendiri kita bisa mengkalinya dengan cara menjadi reseller sebuah online shop.

c. Berwirausaha dengan niat menolong orang lain

Dengan niat awal menolong orang lain juga bisa ditanamkan dalam awal membangun sebuah usaha, misalnya kita dapat membantu orang lain menyediakan apa yang mereka butuhkan, seperti pakaian.

d. Niat membuka lapangan kerja

Jika kita rasa usaha kita sudah maju kita dapat mewujudkan niat ini dengan cara membantu orang lain untuk di perkerjakan di tempat usaha yang sudah kita rintis.

2. Prinsip syariah dalam kegiatan perdagangan yaitu :

a. Amanah

Seperti Jujur yang dalam artian kita dapat berkata jujur misalnya menjelaskan dengan detail tentang produk yang kita perjual belikan tidak ada yang ditutup-tutupi. Bersemangat untuk menghasilkan produk yang baik.

b. Jamaah

Peduli serta memberikan sinergi secara professional, membagi pengetahuan yang bermanfaat dan memahami kepemimpinan yang efektif.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan minat konsumen sebagai pelaku usaha kita harus mengutamakan kejujuran dan kepuasan pelanggan sehingga kita tidak hanya menawarkan sebuah produk saja tetapi juga menawarkan kenyamanan pelanggan.

2. Semoga kedepannya toko kaos kareba dan oleh-oleh khas Makassar dapat berkembang lagi, membuka cabang baru, agar dapat membantu orang lain memenuhi kebutuhan dalam mencari oleh-oleh khas makassar.
3. Semoga dengan berkembangnya toko kaos kareba dan oleh-oleh khas Makassar dapat meningkatkan semangat bagi kaum muda agar ingin juga menjalankan sebuah bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 215.
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, h. 211.
- Agnes M. Toar. *Tanggung Jawab Produk sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*. Bandung: Alumni, Bandung, 1988, h. 105.
- Departemen Agama R. I, *Al-Quran Dan Terjemahanya*, (Jakarta:Yayasan Penerjemah/ Penafsir Al-Quran), h 395.
- Departemen Agama R. I, *Al-Quran Dan Terjemahanya*, (Jakarta:Yayasan Penerjemah/ Penafsir Al-Quran), h.500
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya*.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahanya*, (Jakarta:Yayasan Penerjemah/ Penafsir Al-Quran), h 570
- fakharuddin mansyur,SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di toko kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021.(16.40)
- fakharuddin mansyur,SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di toko kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021.(16.40)
- Fakhruddin Mansyur, SE I., ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40)
- Fakhruddin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40).
- Fakhruddin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40).
- Fakhruddin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40).
- Fakhruddin Mansyur, SE I.,ME I Owner Toko Kareba Makassar, Wawancara di Toko Kareba Makassar, pada hari jumat tanggal 5 february 2021 (16.40).
- George Terry, *Prinsip – prinsip Manajemen*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), h 131
- Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedoman Ilahi Jaya, 1992), h. 60.
- <https://metrojambi.com/read/2018/11/02/36751/produksi-dalam-pandangan-islam-dan-etika-produsen-dalam-pandangan-islam>. (diakses pada tanggal 02 Desember 2020).
- Ibid, Hal 100.

- Ilfi Nur Diana, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 43.
- Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* (Jakarta : Ghalia IKAPI, 2002), h. 82.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, h. 11
- Journal majma' Al Fiqh Al Islami*, edisi V, jilid III, hal 2267.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 12
- Lihat :, Sholihin Abu Izudin, *Zero To Hero* , Jokjakarta: Pro-U Media, 2006,
- M. Asy'ari, *Perilaku Ekonomi Perspektif Etika Islam, Al-Ulum*, Vol. 10, No.1 (Juni 2010), h. 64.
- Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 125.
- Moleong, Lexy, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: PT Remaja RosdaKarya. 2000), h. 19.
- Monzer Kahf, *Ekonom Islam: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 45.
- Muhammad Abdu al-Mun'im 'Āfar dan Muhammad bin Sa'id bin Nājī al-Ghamīdi, *Ushūl al- Iqtishād al-Islāmi* (Beirut: Dār al-Fikr al-Mu'ashīr, 1993), h. 59-60.
- Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publishing, 2008),h 184
- Muhammad Turmudi, *Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam, Islamadina*, Vol. 18, No. 1 (Maret 2017), h. 39.
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eklusif.....* h 102
- Paul M.Sweezy, "*Capitalism and the Environment*", *Monthly Review* ,Vol.41,No. 2 (Juni 1989), h. 8.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 230-231.
- Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Robbani Press,2004), h 67
- Qurroh Ayuniah dan Hambari, *A Survey on Islamic Production Theory*, *Al-Infaq*, Vol. 8, No. 7 (2017), h. 7.

RIWAYAT HIDUP



SALMA, lahir di Paranakeng 15 - 10 - 1998. Putri ke dua dari pasangan Saharuddin dan Sohara. Penulis menyelesaikan jenjang pendidikan di SD Mis paranakeng tepatnya di Gowa Biringbulu Sulawesi Selatan pada tahun 2011. Peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 2 TURATEA tahun 2014, Setelah itu peneliti melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMK 4 GOWA jurusan ARSITEKTUR dan tamat pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (S1).

Atas Ridho Allah SWT dan dengan kerja keras, pengorbanan, serta kesabaran, pada tahun 2021 penulis mengakhiri masa perkuliahan S1 dengan judul skripsi **“ANALISIS MOTIVASI PEDAGANG DALAM BERJUALAN BERBASIS SYARIAH”**