

**ANALISIS ETIKA BISNIS SYARIAH PADA PEDAGANG PAKAIAN
BEKAS DI PASAR SENTRAL KABUPATEN BULUKUMBA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

OLEH

FITMA TUL UMMI

NIM: 105251103021

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1446 H/2024**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i), **Fitma Tul Ummi**, NIM. 105251103021 yang berjudul **"Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba."** telah diujikan pada hari; Jum'at, 01 Syakban 1446 H/ 31 Januari 2025 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

01 Syakban 1446 H.
Makassar, -----
31 Januari 2025 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E, Ph.D.

(.....)

Sekretaris : Saidin Mansyur, S.S., M. Hum.

(.....)

Anggota : Dr. St. Saleha Madjid, S. Ag., M.H.I.

(.....)

Drs. H. Abd Samad T., M. Pd.I.

(.....)

Pembimbing I : Dr. Hasanuddin, S.E.Sy., M.E.

(.....)

Pembimbing II: Jasri, S.E.Sy., M.E.

(.....)

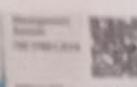
Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,



(Signature of Dr. Amirah)

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Jum'at, 01 Syakban 1446 H/ 31 Januari 2025 M. Tempat: Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Fitma Tul Ummi**

NIM : 105251103021

Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Sekretaris,

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D.
2. Saidin Mansyur, S.S., M. Hum.
3. Dr. St. Saleha Madjid, S. Ag., M.H.I.
4. Drs. H. Abd Samad T., M. Pd.I.

(.....)

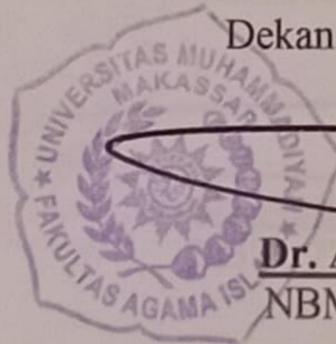
(.....)

(.....)

(.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,



Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitma Tul Ummi

NIM : 105251103021

Fakultas/Prodi: Agama Islam / Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut :

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

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran



Makassar, 09 Jumadil Akhir 1446 H.

10 Desember 2024 M

Yang membuat pernyataan



Fitma Tul Ummi

105251103021

MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)



ABSTRAK

Fitma Tul Ummi. 105251103021. Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba. Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Di bimbing oleh Hasanuddin dan Jasri.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui konsep jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba, (2) Menganalisis penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba. Praktik jual beli pakaian bekas di pasar ini memiliki sisi positif dan tantangan, yang perlu dianalisis untuk melihat sejauh mana pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam kegiatan usahanya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Peneliti mengumpulkan data melalui observasi langsung di Pasar Sentral Bulukumba dan wawancara dengan para pedagang serta konsumen untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang praktik jual beli pakaian bekas dan penerapan etika bisnis syariah. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang valid mengenai penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi yang terjadi di pasar tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pedagang di Pasar Sentral Bulukumba berusaha untuk mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis syariah, seperti kejujuran dalam transaksi, penetapan harga yang adil, serta menjaga kebersihan dan kualitas barang. (2) Beberapa pedagang yang tidak sepenuhnya memenuhi prinsip-prinsip tersebut, terutama dalam hal kebersihan barang yang dijual. Praktik seperti menumpukkan pakaian bekas tanpa mencucinya terlebih dahulu menunjukkan adanya pelanggaran terhadap prinsip kebersihan dalam syariah. (3) Penelitian ini menyarankan pentingnya bagi pedagang untuk terus meningkatkan pemahaman dan penerapan etika bisnis syariah agar usaha mereka tetap berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kata kunci: Etika Bisnis Syariah, Jual Beli Pakaian Bekas, Pedagang

ABSTRACT

Fitma Tul Ummi. 105251103021. Analysis of Islamic Business Ethics on Second-Hand Clothing Traders at Pasar Sentral Bulukumba. Thesis, Department of Islamic Economic Law (Mu'amalah), Faculty of Islamic Studies, Universitas Muhammadiyah Makassar. Supervised by Hasanuddin and Jasri.

This study aims to (1) examine the concept of buying and selling second-hand clothing at Pasar Sentral Bulukumba, and (2) analyze the application of Islamic business ethics among second-hand clothing traders at Pasar Sentral Bulukumba. The practice of buying and selling second-hand clothing at this market has both positive aspects and challenges, which need to be analyzed to assess the extent to which traders apply Islamic business ethics principles in their business activities.

This research employs a qualitative method with a descriptive approach to describe the phenomena occurring in the field. The researcher collects data through direct observation at Pasar Sentral Bulukumba and interviews with traders and consumers to gain a deeper understanding of the practice of buying and selling second-hand clothing and the application of Islamic business ethics. The data collection techniques used include observation, interviews, and documentation to obtain valid information regarding the application of Islamic principles in the transactions occurring at the market.

The results of the study indicate that: (1) Traders at Pasar Sentral Bulukumba strive to adhere to the principles of Islamic business ethics, such as honesty in transactions, fair pricing, and maintaining cleanliness and quality of goods. (2) However, some traders do not fully comply with these principles, particularly in terms of the cleanliness of the goods sold. Practices such as piling second-hand clothes without washing them first indicate a violation of the cleanliness principle in Islamic ethics. (3) This study suggests the importance for traders to continuously improve their understanding and implementation of Islamic business ethics to ensure the sustainability of their businesses in accordance with Islamic values.

Keywords: Islamic Business Ethics, Second-Hand Clothing Sales, Traders.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Tiada Kata yang pantas peneliti ucapkan selain puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan ketetapan serta membukakan pintu hati, melapangkan pikiran, kesempatan dan kesehatan dengan taufik dan hidayah-Nya, sebagai peneliti telah dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba”**

Tiada jalan tanpa rintangan, tiada puncak tanpa tanjakan, tiada kesuksesan tanpa perjuangan. Dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi. Namun semua tak lepas dari uluran tangan dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan dan bimbingan. Maka melalui kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Asdar dan ibunda Rosmini serta saudara saya tercinta Devi Sri Rahayu, S.Pd yang telah mengarahkan atau membimbing dan memberikan dorongan baik moril maupun materil sejak kecil hingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa mengasihi dan melindungi mereka sebagaimana mereka menyayangi peneliti sejak kecil hingga sekarang ini.
2. Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, MT, IPU, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.

3. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Dr. Hasanuddin, SE. Sy., M.E, selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syaria'ah (Mu'amalah) dan Dr. Muhammad Ridwan, S.H., M.H, selaku sekretaris Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Dr. Hasanuddin, SE. Sy., M.E selaku pembimbing I dan Jasri, SE. Sy., M.E selaku pembimbing II yang telah banyak membantu, mengoreksi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terakhir, terimakasih kepada wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis karya tulis ini yaitu diri saya sendiri, Fitma Tul Ummi. Saya bangga pada diriku. Saya bangga pada setiap langkah kecil yang akhirnya membawa pada sebuah pencapaian besar. Terima kasih, diriku, yang telah melalui segala ujian dengan keberanian dan kesabaran. Tidak ada kata yang cukup untuk mengungkapkan rasa terima kasih pada diriku sendiri, walau seringkali pengharapan tidak sesuai ekspektasi. Berbahagialah selalu dimanapun kapanpun kamu berada, Ummi. Semoga langkah kebaikan terus berada padamu dan semoga Allah selalu meridhoi setiap perbuatanmu dan selalu dalam lindungan-Nya. Aamiin..

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari akan banyak sekali kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu, peneliti senantiasa mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun karena peneliti yakin

bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa ada kritikan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca terutama bagi diri pribadi peneliti, Aamiin..

Wassallamua 'alaikum Wr. Wb

Makassar, 10 Rajab 1446 H.

10 Januari 2025 M

Peneliti

Fitma Tul Ummi
105251103021



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA MUNAQASYAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Etika Bisnis Syariah	14
B. Dasar Hukum Etika Bisnis Syariah	21
C. Prinsip Etika Bisnis Syariah	24
D. Fungsi Etika Bisnis Syariah	27
E. Pengertian Pedagang	27

F. Dasar Hukum Pedagang	28
G. Rukun dan Syarat Berdagang	29
H. Macam-Macam Pedagang	31
I. Pakaian Bekas	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Desain Penelitian	34
B. Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian	34
C. Fokus dan Deskripsi Fokus Penelitian	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Instrumen Penelitian	38
G. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data	39
H. Pengujian Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
B. Deskripsi Informan	43
C. Praktik Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba	51
D. Penerapan Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba	79
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran-saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96

LAMPIRAN

LOA

RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri tanpa campur tangan maupun bantuan dari orang lain. Sebab dari itu, Allah Swt. menciptakan manusia satu sama lain untuk saling berinteraksi dengan manusia lainnya dalam menjalani kehidupan. Salah satu interaksi yang dilakukan manusia antara lain adalah kegiatan jual beli (Perdagangan) yang melibatkan antara pedagang dengan pembeli.

Perdagangan (*tijarah*) dalam kegiatan jual beli memiliki peran penting dalam memperoleh harta. Perdagangan jelas lebih baik dari pada pertanian, jasa, dan bahkan industri. Sejarah menyaksikan kenyataan bagaimana individu dan masyarakat memperoleh kemakmuran melalui perdagangan dan bagaimana bangsa-bangsa mendapatkan wilayah serta membentuk pemerintahan kolonial melalui perdagangan pula.¹

Seiring perkembangan di era modern yang terus maju, perdagangan sudah meliputi berbagai macam bentuk barang maupun jasa yang diperjualbelikan. Bahkan dengan seiring berjalannya waktu, hal ini menuntut para pedagang untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan para konsumen sebagai pembeli. Salah satunya adalah jual beli pakaian bekas. Di mana para pedagang memanfaatkan barang yang layak atau memungkinkan untuk diolah

¹ Ali Wardana dan Rahmad Setyawan. (2023).. “Peran Dagang Untuk Mengtaskan Masalah Ekonomi Dalam Kacamata Islam,” *Jurnal Ar-Ribhu* ,vol 5, no. 2, h.404, <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.765>.

kembali menjadi barang yang berguna dan bernilai. Kemunculan perdagangan pakaian bekas atau zaman sekarang disebut *Thrifting Shop*. Secara bahasa, *thrift* berarti menghindari pemborosan sedangkan *shop* dapat diartikan sebagai toko.²

Usaha dagang merupakan sektor yang konsisten mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang pesat. Di antara berbagai jenis usaha dagang, perdagangan pakaian bekas menjadi salah satu yang sangat menarik karena dapat memberikan keuntungan dengan modal yang dapat dikatakan relatif kecil, tingginya permintaan masyarakat terhadap pakaian bekas menjadi faktor yang berkontribusi terhadap pendapatan yang tinggi bagi para pedagang. Hal ini dibuktikan Badan Pusat Statistik (BPS) pada data *thrifting* tahun 2023 yang kembali melonjak menjadi sekitar 12,85 ton baju bekas yang masuk ke Indonesia. Permintaan yang terus meningkat ini memberikan peluang bagi pelaku usaha dan memberikan keuntungan yang signifikan dan mengembangkan bisnis mereka di industri pakaian bekas.

Usaha perdagangan pakaian bekas adalah salah satu bentuk kegiatan bisnis yang di mana pakaian bekas yang diperdagangkan merupakan pakaian yang telah digunakan sebelumnya. Fenomena *thrifting* ini merupakan kegiatan jual beli baju atau barang bekas. Salah satu kalangan yang memiliki minat tinggi dalam kegiatan *thrifting* ialah para remaja atau mahasiswa zaman sekarang. *Thrifting* sendiri sebutan tren dari kalangan generasi muda dan kegiatan *thrifting* ini

² Trimal Jummarta Erlan. (2022). Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol 6, no. 1, 93-379, <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>.

semakin hari semakin banyak peminatnya. Perdagangan ini mencerminkan perubahan yang terjadi dalam industri pakaian dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh pakaian dengan harga yang lebih ekonomis.

Sebagai contohnya adalah jual beli pakaian bekas. Penjualan pakaian bekas memberikan peluang bagi pedagang dalam mendapatkan keuntungan yang besar, salah satunya pedagang yang bernama Bapak Syahrir selaku pedagang pakaian bekas (*Thrift*) bahwa saat ini penjualan *thrift* mengalami perkembangan yang sangat pesat ini dibuktikan omset terakhir pada saat maraknya Covid 19 mendapatkan omset 3-5 juta perbulannya, sekarang omsetnya sudah mencapai 9 juta perbulan. (*Hasil wawancara singkat*).

Dari adanya perdagangan maka tidak jauh dari keterlibatan sebuah pasar, yaitu tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Pasar menjadi sebuah wadah atau tempat dimana berkumpulnya berbagai macam pedagang (penjual) yang menawarkan barang dagangannya kepada pembeli. Salah satunya perdagangan pakaian bekas, pasar pakaian bekas seringkali menciptakan lingkungan jual beli yang dinamis, di mana tawar-menawar harga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman berbelanja. Hal ini dapat menciptakan atmosfer yang hidup dan ramai di pasar.

Saat ini banyak kita jumpai pedagang yang menjual pakaian bekas. Jual beli pakaian bekas seperti ini dapat kita temui di salah satu daerah yang saat ini naik daun tepatnya di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba pasar yang sejak awal dibuka dari tahun 1995. Lokasi yang sangat strategis berada di Jalan Caile, Kec

Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan. Pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba menawarkan beragam jenis pakaian bekas, mulai dari pakaian dewasa hingga anak-anak, pria, dan wanita. Keragaman ini memenuhi kebutuhan konsumen dengan berbagai selera dan preferensi. Salah satu daya tarik utama dari pedagang pakaian bekas adalah harga yang terjangkau. Hal ini membuatnya menjadi pilihan yang populer bagi masyarakat dengan anggaran terbatas atau yang mencari alternatif ekonomis untuk membeli pakaian. Di Pasar Sentral Bulukumba, pedagang pakaian bekas memiliki tempat yang terorganisir dengan baik, memungkinkan konsumen untuk dengan mudah menelusuri berbagai produk yang ditawarkan.

Dengan semakin berkembangnya tren fashion saat ini tentunya juga merubah gaya hidup sebagian besar dari masyarakat. Meskipun menjual pakaian bekas, pedagang di Pasar Sentral Bulukumba tetap memperhatikan tren mode terkini dan mencoba menyediakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Kehadiran pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal, baik melalui penciptaan lapangan kerja maupun peningkatan kegiatan ekonomi di wilayah tersebut.

Namun dalam perdagangan pakaian bekas tersebut ada beberapa kelemahan mulai dari bakteri yang dapat merugikan bagi kesehatan terutama terjadi pada kulit karena baju/pakaian bekas banyak mengandung bakteri serta kecacatan pada pakaian yang masih diperjualbelikan. Keadaan tersebut juga harus menjadi suatu perhatian yang lebih terhadap pilihan untuk membeli pakaian bekas. Pelarangan

pakaian bekas impor pun diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang telah disebutkan secara tegas dalam Pasal 47 dengan menyatakan bahwa “*import ir wajib* mengimpor barang dalam keadaan baru”. Pelarangan lain tentang jual beli pakaian bekas (*thrift*) impor juga dapat ditemukan dalam Pasal 8 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).³ Dalam UUPK disebutkan bahwasanya pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang di perjualbelikan. Baju bekas juga berpotensi menyebabkan penyakit kulit dan penyakit menular lainnya. Meski imbauan untuk tidak menggunakan pakaian bekas digaungkan oleh pemerintah, namun tak mengurangi jumlah peminat pakaian tersebut.

Sehingga apabila ditinjau dalam jual beli pakaian bekas tersebut dapat memiliki manfaat namun juga menimbulkan masalah-masalah baru. Sedangkan dari sudut pandang prinsip etika bisnis syariah, pedagang pakaian bekas diharapkan untuk berdagang dengan kejujuran dan beretika. Dan mereka juga harus menjelaskan dengan jujur kondisi setiap barang yang dijual, termasuk kecacatan atau kekurangan yang mungkin ada. Beberapa pedagang pakaian bekas tidak jujur mengenai kondisi sebenarnya dari barang yang mereka jual. Mereka menyembunyikan cacat atau kerusakan pada pakaian untuk meningkatkan penjualan, beberapa pedagang menetapkan harga yang tidak wajar atau tidak adil

³ “Undang_undang_No_8_tahun_1999_tentang_Perlindungan Konsumen,”
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU>.

untuk pakaian bekas mereka, terutama jika mereka memanfaatkan kebutuhan atau ketidakmampuan konsumen, serta pedagang menjual pakaian bekas yang rusak atau tidak layak pakai menyebabkan konsumen merasa diperlakukan secara tidak adil. Perilaku seperti ini adalah perilaku yang tidak etis dapat merugikan dirinya sendiri karena di kemudian hari hal-hal yang tidak diinginkan bisa saja terjadi jika seorang pedagang tidak menerapkan moral atau etika dalam berbisnis.⁴

Etika bisnis syariah bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah. Etika bisnis juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai.⁵ Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terdzalimi. Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis syariah mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang yang melakukan transaksi jual beli.

Peneliti sebagai seorang konsumen tentu tidak ingin merasa dirugikan apabila membeli barang atau pakaian bekas yang tidak sesuai harga dengan

⁴ Thuba Jazil, M.Sc (Fin) dan Dr. Nur Hendrasto, M.Si. (2021). "Prinsip & Etika Bisnis Syariah, [Modul UMKM Industri Halal]", <https://blog.nabitu.id/konsep-kewirausahaan-sesuai-syariah-islam/>.

⁵ Eva Trisnawati, Abdul Wahab, dan Hamid Habbe. (2021). "IMPLEMENTASI ETIKA BERDAGANG DENGAN SIFAT SIDDIQ, TABLIGH, AMANAH, FATHANAH PADA WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG BOULEVARD MAKASSAR," *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol 4, no. 3, h.178, <https://doi.org/10.31850/economos.v4i3.912>.

kualitas barang. Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan yang sebenarnya harus dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kecurangan-kecurangan yang dilakukan pedagang membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke Pasar Sentral Bulukumba.

Karena suatu keadaan yang seperti ini, memberikan suatu motivasi yang besar dan menarik untuk diteliti terhadap pedagang di Pasar Sentral Bulukumba. Dalam penelitian ini peneliti terfokus pada Pedagang pakaian bekas, menilik pada kondisi di lapangan, perlunya konsep jual beli yang adil dan pemahaman pentingnya tentang etika dalam berbisnis salah satunya berbisnis pakaian bekas supaya sesuai dengan syariat dan terhindar dari larangan Allah. Praktik muamalah yang baik tentu mendapatkan ridho Allah.⁶ Perlunya menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan moral sehingga apa yang diharapkan mendapatkan manfaat di dunia dan akhirat. Diketahui bahwa dari beberapa aspek permasalahan diatas, peneliti memiliki ketertarikan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

⁶ Lukman Hakim. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam : Fenomena Jual Beli Pakaian Bekas Import (Thrift) Di Toko Serba Fashion Kedungwuni Pekalongan “ [Skripsi PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH] FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHIDPEKALONGAN, <https://kneks.go.id/storage/upload/1686216705Prinsip%20&%20Etika%20Bisnis%20syariah.”>

1. Bagaimana praktik jual beli pakaian bekas di pasar sentral Bulukumba?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di pasar sentral Bulukumba?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli pakaian bekas di pasar sentral Bulukumba.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di pasar sentral Bulukumba.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Teoritis dibuktikan dengan harapan mampu memberikan tambahan pemikiran dan pengembangan ilmu muamalah khususnya pedagang pakaian bekas dengan menerapkan etika bisnis syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi pedagang

Akan terciptanya persaingan usaha yang sehat, serta perilaku berdagang yang tidak menyimpang dengan menerapkan nilai-nilai etika bisnis syariah sehingga di peroleh keberkahaan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.

b. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang ada tidaknya etika bisnis syariah yang dilakukan pedagang.

E. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang relevan sangat penting sebagai dasar dalam penyusunan penelitian ini. Kegunaannya untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus menjadi bahan perbandingan dan mengetahui gambaran untuk mendorong penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

1. Trimal Jumarta Erlan, (Jurnal) 2022 dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Agen Dalam Praktek Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu”. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sejumlah besar pedagang terus mengabaikan standar bisnis Islam dalam bertransaksi. Misalnya, agen tertentu tidak mengungkapkan cacat apa pun pada pakaian tersebut. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan.⁷

Perbedaan antara judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Agen Dalam Praktek Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu”, penelitian ini menyoroti

⁷ Trimal Jumarta Erlan. (2022). Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu,” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol 6, no. 1, 93-379, <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>.

praktek jual beli pakaian bekas dengan sistem karungan. Fokus utama penelitian adalah pada perilaku agen yang terlibat dalam praktek ini dan sejauh mana mereka mematuhi atau mengabaikan prinsip etika bisnis Islam. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sejumlah agen tidak mengungkapkan cacat pada pakaian bekas, yang bertentangan dengan nilai-nilai transparansi dan kejujuran dalam Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak pada fokus dan konteks penelitiannya, meskipun keduanya menyoroti praktik bisnis dalam konteks bisnis pakaian bekas dengan perspektif etika bisnis Islam. Tetapi Penelitian ini Fokusnya lebih luas yaitu analisis etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas secara umum di pasar sentral Bulukumba. Ini mungkin mencakup berbagai aspek etika bisnis seperti kejujuran, keadilan dalam harga, dan kualitas barang.

2. Wiwik Kristatanti, (Skripsi) 2022 dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islami Dalam Jual Beli Pakaian Di Pasar Tradisional Gawangan Desa Baosan Lor Kecamatan Ngrayun”. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli tertentu yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Gawangan menganut etika bisnis Islam, antara lain dengan menggunakan prinsip ikhlas dan jujur, serta penetapan harga dalam batas kewajaran. Namun ada beberapa prinsip yang tidak memenuhi standar etika bisnis. Dalam konteks Islam, masih terdapat ketidakjelasan di kalangan pedagang

dalam menyampaikan informasi kepada pembeli. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan.⁸

Perbedaan antara judul “Tinjauan Etika Bisnis Islami Dalam Jual Beli Pakaian Di Pasar Tradisional Gawangan Desa Baosan Lor Kecamatan Ngrayun”, penelitian ini fokus pada pasar tradisional di Desa Baosan Lor, Kecamatan Ngrayun, dengan konteks praktik jual beli pakaian. Fokus utama penelitian adalah pada praktik jual beli di pasar tradisional dan penerapan etika bisnis Islam seperti prinsip ikhlas, jujur, dan penetapan harga yang wajar. Sedangkan dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini, Penelitian ini lebih spesifik dalam menganalisis etika bisnis syariah yang diterapkan oleh pedagang pakaian bekas di pasar sentral Bulukumba. Ini mungkin mencakup penilaian lebih mendalam terhadap aspek-aspek seperti kehalalan produk, kelayakan dari sudut pandang syariah, serta pengungkapan informasi yang relevan kepada konsumen.

3. Marwan Hudawy, (Skripsi) 2020 dengan judul “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Jual Beli Jagung di Batulappa Kabupaten Pinrang: Tinjauan Etika Bisnis Islam.” Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang jagung secara signifikan mengurangi jumlah timbangan untuk memaksimalkan keuntungan mereka, hal ini bertentangan dengan prinsip

⁸ Wiwik Kristanti. (2022). “Tinjauan Etika Bisnis Islami Dalam Jual Beli Pakaian Di Pasar Tradisional Gawangan Desa Baosan Lor Kecamatan Ngrayun,” [Skripsi thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam] UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/24828>.

etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.⁹

Perbedaan antara judul “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Jual Beli Jagung di Batulappa Kabupaten Pinrang: Tinjauan Etika Bisnis Islam”, penelitian ini memfokuskan pada pedagang jagung, dengan penekanan pada praktik timbangan yang tidak jujur. Ini menggambarkan bagaimana praktik bisnis spesifik (timbangan yang tidak akurat) dapat bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini, penelitian ini lebih berfokus pada pedagang pakaian bekas, tetap pada analisis terhadap prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang diterapkan oleh pedagang pakaian bekas yang mencakup aspek seperti transparansi dalam berbisnis.

4. Muklisshotun, (Skripsi) 2018 dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Toko Sandang Murah Bojonegoro." Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa praktek usaha jual beli pakaian bekas impor di Toko Sandang Murah Bojonegoro termasuk jual beli yang rusak/*fasid*, karena meskipun rukun dalam jual beli telah terpenuhi, namun ada salah satu syarat dalam jual beli yang gagal terpenuhi syarat yang tidak terpenuhi adalah barang tersebut tidak dapat diserahkan karena terhalang oleh aturan pemerintah. Serta penerapan etika

⁹ Marwan Hudawy. (2020) “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Jual Beli Jagung Di Batulappa Kabupaten Pinrang (Tinjauan Etika Bisnis Islam),” [Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah], Pare-Pare, FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE, <https://repository.iainpare.ac.id/eprint/1156/1/15.2200.062>.

pedagang dalam melakukan jual beli sebagian besar sudah sesuai dengan etika berbisnis dalam Islam. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan.¹⁰

Perbedaannya dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Ditoko Sandang Murah Bojonegoro", penelitian ini difokuskan pada praktek usaha jual beli pakaian bekas impor di Toko Sandang Murah Bojonegoro. Fokus utama penelitian adalah pada penerapan etika bisnis Islam dalam konteks jual beli pakaian bekas impor. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada kekhawatiran terkait barang yang rusak atau fasid, serta hambatan terhadap penerapan syarat jual beli karena aturan pemerintah. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini difokuskan pada analisis etika bisnis syariah yang diterapkan oleh pedagang pakaian bekas di pasar sentral Bulukumba mencakup aspek seperti, transparansi dalam informasi kepada konsumen, dan aspek-aspek lain yang relevan dengan prinsip-prinsip syariah dalam Islam, serta dapat melibatkan pendekatan lapangan untuk mendapatkan wawasan langsung dari pedagang dan praktik bisnis mereka di pasar sentral Bulukumba.

¹⁰ Muklisshotun. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Ditoko Sandang Murah Bojonegoro, [Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah], Jombang, Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang, http://etheses.uingusdur.ac.id/7803/3/4119205_BAB%20I%20%26%20III.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Syariah

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* dalam bentuk jamaknya (*taetha*) yang berarti, adat istiadat atau kebiasaan, watak, kebiasaan, akhlak, dan norma. Etika didefinisikan sebagai seperangkat peraturan yang menentukan perilaku benar dan salah. Ini bermakna bahwa etika sangat berkaitan erat dengan nilai-nilai dalam kehidupan, baik yang berhubungan dengan individual maupun kelompok seperti masyarakat. Nilai-nilai tersebut menjadi aturan tersendiri yang turun temurun diamalkan dalam masyarakat sehingga menjadi adat dan kebiasaan yang tidak lekang dalam setiap aktivitas.¹¹

Etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dan memperlihatkan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.¹²

Etika pada umumnya diidentikkan dengan moral (moralitas). Meskipun sama terkait dengan baik-buruk tindakan manusia, etika dan moral memiliki perbedaan pengertian. Secara singkat, jika moral lebih cenderung pada pengertian “nilai baik dan huruk dari setiap perbuatan manusia, etika mempelajari tentang baik dan buruk”. Jadi, bisa dikatakan, etika berfungsi sebagai teori dan perbuatan

¹¹ Angga Syahputra. (2019). “ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM,” *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* , vol 1, no. 1, h.23, <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>.

¹² Dr Nurul Huda. (2019). “*Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah*,” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.13. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.

baik dan buruk(ethics atau 'ilm al-akhlaq) dan moral (akklaq) adalah praktiknya. Pemakaian istilah etika disamakan dengan akhlak, adapun persamaannya terletak pada objeknya, yaitu keduanya sama-sama membahas baik buruknya tingkah laku manusia.

Etika secara umum dapat diartikan dalam tingkah laku atau perbuatan seseorang atau kelompok masyarakat yang sudah terbiasa dan selalu dilakukan dalam aktivitas kehidupannya. Dalam hal nilai dan norma, etika dapat terbagi kepada dua macam:



Keterangan: Bagan Pembagian Etika

Etika deskriptif merupakan kegiatan yang berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan apa yang dikerjakan manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. Etika deskriptif berbicara mengenai fakta, yaitu mengenai nilai dan pola perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas konkrit yang membudaya.

Etika normatif, yaitu etika yang membahas mengenai normanorma yang menuntun tingkah laku manusia serta memberi penilaian dan himbauan kepada manusia untuk bertidak bagaimana seharusnya berdasarkan norma-norma yang

ada. Etika ini berfungsi menghimbau manusia untuk bertindak baik dan menghindari hal-hal yang tidak baik.

Hal yang membedakan kedua jenis etika ini adalah jika etika deskriptif memberi fakta sebagai dasar untuk mengambil sebuah keputusan tentang perilaku atau sikap yang mau diambil, sedangkan etika normatif memberikan penilaian sekaligus memberikan norma sebagai dasar dan kerangka tindakan yang akan diputuskan.¹³

Etika sering diidentikan dengan moral atau moralitas, namun meski sama sama terkait dengan tindakan baik dan buruk nya manusia, etika dan moral memiliki perbedaan pengertian. Jadi etika berfungsi sebagai teori tentang perbuatan baik dan buruk, sedangkan moral adalah praktik perbuatan tentang baik dan buruk. Dapat disimpulkan bahwa etika merupakan ilmu moral/ ilmu akhlak yang mengindikasikan pra tindakan yang berupa pengetahuan serta pemikiran tentang hal/ tindakan baik dan buruk.¹⁴

Secara etimologi, *bisnis* berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata *bisnis* sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung areanya. Penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan *yuridis* (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu. Penggunaan yang paling luas

¹³ Syahputra, Angga. (2019). "ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM." *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, vol 1, no. 1, 21–34. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>.

¹⁴ Siti Aminah. (2022). "KAJIAN AL- QUR'AN TENTANG AKHLAK (ETIKA DAN MORAL)", <https://doi.org/10.31219/osf.io/6sa5b>.

merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa.¹⁵

Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengertian bisnis secara umum adalah merupakan keseluruhan rangkaian kegiatan untuk mengelola berbagai sumber daya yang tersedia baik secara individu maupun kelompok guna memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui laba/keuntungan yang didapatkan.¹⁶

Bisnis adalah organisasi yang terlibat dalam penyediaan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat. Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai: “*the buying and selling of goods and services*”. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antara individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya.¹⁷

¹⁵ Dr Nurul Huda. (2019). “*Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah,*” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.18. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.

¹⁶ Misbahul Nisa’, Rini Rahayu Kurniati, dan Ratna Niken Hardati. “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PRESPEKTIF ISLAM DALAM PELAYANAN NASABAH (Studi Kasus di BMT UGT Nusantara Capem Blimbing),” h.156: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/download/21745/16199>.

¹⁷ Inayah, Nurul, Munawir Munawir, dan Muntaqo Ahmad Wakhidun. (2021). “Kajian Etika Bisnis Islam Di Koperasi Pesantren (Studi Kasus Di Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi),” *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* , vol 1, no. 2, 25-211, <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.1016>.

Islam menyebut istilah bisnis dengan *tijarah*, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.¹⁸ Bisnis dalam Al-Qur’an dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta, jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan Shalat menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adalah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah.¹⁹

Secara etimologi, *syariah* itu sendiri berarti aturan atau ketetapan yang Allah perintahkan kepada hamba-Nya, seperti puasa, shalat, haji, zakat, dan seluruh kebaikan. Kata *syariat* berasal dari kata *syar’a al-syai’u* yang berarti menerangkan atau menjelaskan sesuatu atau berasal dari kata *syir’ah* dan *syariah* yang berarti suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain.

Syariat dalam istilah *syar’i* berarti hukum-hukum Allah yang disyariatkan kepada hamba-Nya, baik hukum-hukum dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW dari perkataan, perbuatan, dan penetapan. Syariat dalam penjelasan Qardhawi adalah hukum-hukum Allah yang ditetapkan berdasarkan

¹⁸ Dr Nurul Huda. (2019). “*Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah*,” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.19. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.

¹⁹ Ira Puspitasari. (2019). “ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS SYARIAH (STUDI KASUS PASAR LEUWILIANG),” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol 3, no. 1, h.45, <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>.

dalil-dalil Al-Quran dan sunnah serta dalil-dalil yang berkaitan dengan keduanya, seperti *ijma'* dan *qiyas*. Syariat Islam dalam istilah adalah apa-apa yang disyariatkan Allah kepada hamba-hambanya dari keyakinan (*aqidah*), ibadah, akhlak, *muamalah*, sistem kehidupan dengan dimensi yang berbeda-beda untuk meraih keselamatan di dunia dan akhirat.

Syariah adalah sebagai nama bagi hukum yang ditetapkan Allah untuk para hamba-Nya dengan perantara Rasulullah supaya para hamba melaksanakannya dengan dasar iman dan takwa, baik hukum itu mengenai *amaliyah lahiriyah* maupun yang mengenai akhlak dan akidah, kepercayaan yang bersifat *batiniah*.²⁰

Syariah itu sendiri seperangkat prinsip, aturan, dan pedoman yang berasal dari ajaran Islam untuk mengatur berbagai aspek kehidupan individu dan masyarakat. Istilah "*syariah*" sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti "jalan menuju sumber air" atau "jalan menuju kebenaran". Syariah mencakup berbagai bidang kehidupan, termasuk ibadah, moralitas, hukum pidana, hukum keluarga, ekonomi, dan politik. Aturan-aturan syariah tidak hanya menetapkan tata cara ibadah seperti shalat dan puasa, tetapi juga menetapkan norma-norma perilaku dan prinsip-prinsip etika yang diharapkan untuk diikuti oleh umat Muslim.

Dalam praktiknya, aplikasi syariah dapat bervariasi tergantung pada konteks sosial, budaya, dan politik suatu masyarakat. Meskipun syariah menjadi dasar hukum di beberapa negara dengan mayoritas penduduk Muslim, implementasinya

²⁰ Dr Nurul Huda. (2019). "*Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah*," [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.110. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.

dapat berbeda antara satu negara dan negara lainnya, tergantung pada interpretasi dan penafsiran lokal terhadap ajaran Islam.

Kegiatan bisnis dalam kaca mata Islam senantiasa memelihara kejernihan aturan agama (syariat) yang jauh dari keserakahan dan egoisme. Ketika etika-etika ini diterapkan secara baik dalam tiap kegiatan usaha (bisnis) maka usaha-usaha yang dijalankan tersebut menjadi jalan yang membentuk sebuah masyarakat yang sejahtera, makmur dan tentram. Adapun etika yang paling mendasar dalam Islam adalah niat yang tulus. Dengan adanya niat yang tulus, semua bentuk aktivitas keduniaan seperti bisnis berubah menjadi ibadah. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW, “sesungguhnya amal perbuatan itu tergantung dengan niat, dan sesungguhnya masing-masing orang mendapatkan balasan dari perbuatannya sesuai dengan niatnya”. Yang dimaksud dengan niat dalam sabda Rasul tersebut adalah adanya keinginan baik terhadap diri sendiri dan orang lain.²¹

Jadi etika bisnis merupakan aturan-aturan main yang berhubungan erat dengan norma-norma dan prinsip-prinsip umum yang berlaku di dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pihak-pihak yang melakukan aktivitas bisnis yang didalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan pendistribusian harta. Jadi dalam etika bisnis ini berhubungan erat dengan stakeholder maupun konsumen. Bisnis Islami adalah

²¹ Mega Justika. (2019). “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Thrifting Pasar Baru Banjarmasin,” [Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam], Banjarmasin, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, h.4.
https://www.academia.edu/download/65287083/Mega_Justika_180105020014_ETIKA_BISNIS_ISLAM.

upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan memperhatikan etika islam.²²

Artinya etika bisnis syariah merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis syariah adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.²³

B. Dasar Hukum Etika Bisnis Syariah

Etika bisnis dalam konteks syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam yang mencakup aturan dan nilai-nilai moral. Beberapa dasar hukum etika bisnis syariah meliputi:

1. Hukum Islam

Adapun landasan hukum etika menurut ajaran islam adalah:

a. Dalil Al- Qur'an

QS. Al Baqarah ayat 83

لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا

Terjemahnya:

“Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan

²² Siti Hofifah. (2020). “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam,” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol 3, no. 2, 37–44, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469).

²³ Erlan, Nurhab, dan Yarmunida. (2022). “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu,” *Jurnal of Economic, Bussines and Accounting*, vol 6, no. 1, 381-392, <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/4387>.

orang-orang miskin. Dan bertutur katalah yang baik kepada manusia”.²⁴

Di dalam tafsirnya menjelaskan bahwa Q.S Al baqarah ayat 83, Dan (ingatlah) ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kalian menyembah selain Allah, dan berbuat baiklah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin; serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kalian tidak memenuhi janji itu, kecuali sebagian kecil dari kalian, dan kalian selalu berpaling. Melalui ayat ini Allah mengingatkan kaum Bani Israil terhadap apa yang telah Dia perintahkan kepada mereka dan pengambilan janji oleh-Nya atas hal tersebut dari mereka, tetapi mereka berpaling dari semuanya itu dan menentang secara disengaja dan direncanakan, sedangkan mereka mengetahui dan mengingat hal tersebut. Maka Allah Subhanahu wa ta’ala memerintahkan mereka agar menyembah-Nya dan jangan menyekutukan-Nya dengan sesuatu pun.

b. Dalil Hadist

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدُ بْنُ الْمُنْكَدِرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Artinya:

"Telah menceritakan kepada kami 'Ali bin 'Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghassan Muhammad bin Muthorrif

²⁴ Aminah. (2022). "KAJIAN AL- QUR'AN TENTANG AKHLAK (ETIKA DAN MORAL)," [Skripsi Jurusan Ilmu Al- Qur'an dan Tafsir], Serang Banten, Fakultas Ushuluddin dan Adab UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, <https://osf.io/preprints/6sa5b/>.

berkata: telah menceritakan kepada saya Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin 'Abdullah radliyallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya." (HR. Shahih Bukhari 1934)

Pada umumnya naluri seorang pedagang ketika menjual adalah mendapatkan keuntungan sebanyakbanyaknya. Sedangkan bagi seorang pembeli adalah mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan harga yang serendah-rendahnya. Akhirnya terjadilah tawar menawar antara penjual dan pembeli hingga kesepakatan harga didapatkan. Jika penjual dan pembeli masing-masing bersikeras dengan tawaran harganya maka kesepakatan harga tidak mudah tercapai. Ataupun karena sangat membutuhkan, tidak peduli dengan harga terkadang si pembeli dengan sangat terpaksa membayar dengan harga tinggi. Demikian pula sebaliknya berlaku bagi si penjual. Karena sangat memerlukan uang maka dengan sangat terpaksa melepas barang dagangannya sekalipun dengan harga sangat murah. Bila terjadi kondisi ini, di mana salah satunya menjadi pihak yang dirugikan, maka jelas tidak akan mendapatkan rahmat Allah SWT sebagaimana tersebut dalam hadist di atas.

Pakar dalam Islam yang dapat memberikan pemahaman mendalam tentang etika berdasarkan dalil di atas termasuk para ulama dan cendekiawan Islam. Di antara mereka, Imam Al-Ghazali, Ibn Taymiyyah, Ibn Qayyim Al-Jawziyya, dan Imam Nawawi adalah beberapa yang terkenal karena karya-karya mereka yang memperdalam pemahaman tentang ajaran Islam, termasuk etika berdasarkan dalil. Karya-karya mereka sering menjadi

rujukan utama bagi umat Islam dalam memahami dan menerapkan nilai-nilai moral dalam kehidupan sehari-hari.²⁵

2. Hukum Positif

Di dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999, Pasal 19 mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkan dengan memberi ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, kerugian konsumen. Bentuk kerugian konsumen dengan ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

C. Prinsip Etika Bisnis Syariah

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis syariah yang terdiri dari:

1. Kejujuran (Shidiq)

Pedagang diwajibkan untuk jujur dalam setiap aspek transaksi. Ini berarti harus memberikan informasi yang akurat tentang produk, termasuk kualitas, harga, dan asal-usul barang. Penipuan atau pengelabuan, seperti menyembunyikan cacat barang, sangat dilarang.

2. Keadilan (Adl)

Transaksi harus dilakukan secara adil, tanpa merugikan satu pihak pun. Pedagang harus menetapkan harga yang wajar dan mencerminkan nilai

²⁵ Puspitasari Ira. (2019). "ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS SYARIAH (STUDI KASUS PASAR LEUWILIANG)," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol 3, no. 1, 41–51, <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>.

barang, serta tidak melakukan penipuan atau praktik curang yang dapat merugikan konsumen.

3. Kepercayaan (Amanah)

Sikap amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis, kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain dan juga menjadi Pedagang yang bertanggung jawab terhadap kualitas pakaian yang dijual, memastikan pakaian telah diperiksa dan dicuci sebelum dijual.

4. Keberlanjutan (Istiqamah)

Keberlanjutan dalam bisnis syariah mengharuskan pelaku bisnis untuk menjaga kelangsungan usaha dengan cara yang baik dan berkelanjutan. Ini tidak hanya mencakup keberlanjutan dalam hal finansial, tetapi juga dalam hal moral dan sosial. Bisnis yang berkelanjutan adalah bisnis yang menguntungkan tetapi tetap memperhatikan prinsip-prinsip etika dan memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak. Dimana Pedagang pakaian bekas yang selalu mencari cara untuk menjaga usaha mereka tetap berjalan dengan baik dan legal, serta memastikan bahwa transaksi dan operasional mereka tidak merugikan masyarakat atau lingkungan.

5. **Transparansi (Al-Ifsah)**

Transparansi dalam bisnis syariah berarti menyediakan informasi yang jelas dan terbuka kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini mencakup pengungkapan yang jujur mengenai kondisi barang, harga, syarat dan ketentuan, serta potensi risiko. Transparansi sangat penting untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli serta untuk menghindari konflik di masa depan.

6. **Kebersihan (an-Nadhāfa)**

Dalam syariah, menjual barang dalam kondisi yang bersih dan layak pakai adalah kewajiban bagi pedagang. Barang yang dijual harus memenuhi standar kebersihan agar tidak membahayakan kesehatan konsumen dan tetap menjaga kehormatan penjual. Dalam konteks pedagang pakaian bekas, pakaian yang dijual harus dicuci dan dipastikan dalam kondisi yang bersih serta bebas dari kuman atau penyakit yang dapat merugikan pembeli.

7. **Kepatuhan terhadap Hukum**

Pedagang harus mematuhi semua hukum dan regulasi yang berlaku, baik yang bersifat syariah maupun hukum positif. Ini menciptakan kepastian hukum dan membantu menjaga integritas bisnis.²⁶

²⁶ Siti Hofifah. (2020). "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol 3, no. 2, 37-44, <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/6469>.

D. Fungsi Etika Bisnis Syariah

Fungsi bisnis pada intinya mempersiapkan segala produk yang dibutuhkan oleh masyarakat serta mendesain sesuatu yang bersifat biasa saja atau bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa atau bernilai besar. Dalam konteks bisnis secara islami haruslah mengedepankan etika bisnis antara lain:

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis terutama bisnis Islami. Caranya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika.

E. Pengertian Pedagang

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pedagang sebagai orang yang pekerjaannya melakukan perdagangan. Selain itu, pedagang ialah orang yang menjual barang yang tidak diproduksi sendiri guna mendapatkan keuntungan. Perdagangan atau pertukaran diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak suka rela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.

Tujuan profit adalah hasil akhir yang diinginkan oleh seorang pedagang . Selanjutnya, dalam istilah ekonomi pedagang diartikan sebagai usaha yang menyediakan jasa keuangan. Tujuannya agar para pelaku usaha dapat menggunakannya serta dapat menerima transaksi pembayaran yang aman.²⁷

Pedagang adalah seorang atau badan yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa disuatu pasar. Aktivitas berdagang pada umumnya adalah aktivitas pembelian barang untuk dijual lagi. Adapun pedagang dikelompokkan jadi tiga, yaitu : pedagang besar/distributor/agen tunggal, pedagang menengah, pedagang eceran.²⁸

F. Dasar Hukum Berdagang

Islam ialah agama yang mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia, maka dari itu Islam menjadi pedoman bagi manusia untuk mencapai kesuksesan duniawi dan akhirat.²⁹

Undang-undang dasar yang mengatur kegiatan perdagangan dapat bervariasi tergantung pada negara dan sistem hukumnya. Di banyak negara, kegiatan perdagangan diatur oleh berbagai undang-undang, peraturan, dan kebijakan yang membentuk kerangka hukum yang komprehensif untuk perdagangan. Di

²⁷ Muh Suryawan Amrani, Andi Ima Kesuma, dan St Junaeda. (2024). "Reso: Dalam Perspektif Padangkang Wajo," [Skripsi Jurusan Pendidikan Anrtropologi], Makassar, Universitas Negeri Makassar, h.18, <https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/viewFile/56520/25262>.

²⁸ Dennis Ulfan Nanda dan Khusnul Fikriyah. (2020). "Perilaku Pedagang Pasar Bandar Kecamatan Mojojoto Kota Kediri Dalam Prespektif Prinsip Dasar Pasar Islami," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol 6, no. 3, h.588, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1364>.

²⁹ Danang Kurniawan. (2019). "Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas," *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, vol 2, no. 1, h.87, <https://doi.org/10.21043/tawazun.v2i1.5640>.

Indonesia, misalnya, hukum berdagang didasarkan pada beberapa undang-undang, seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.³⁰

Undang-undang dasar hukum berdagang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang seimbang dan adil bagi semua pihak yang terlibat dalam perdagangan. Kerangka kerja hukum yang baik dapat memfasilitasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan konsumen, dan mendorong inovasi dan persaingan yang sehat dalam pasar.

Islam agama yang mengatur setiap kegiatan manusia termasuk perniagaan, dimana dalam melakukan pekerjaan harus memperhatikan banyak hal bukan sekedar untuk mencapai keinginan untuk menghasilkan keuntungan dengan menghalalkan semua cara seperti terdapat unsur penipuan,riba, sumpah yang palsu dan lain-lain.³¹

G. Rukun dan Syarat Berdagang

Dalam Islam, terdapat beberapa rukun (pilar) dan syarat (persyaratan) yang harus dipenuhi dalam berdagang agar aktivitas tersebut dianggap sah dan diperbolehkan secara syar'i. Berikut adalah penjelasan mengenai rukun dan syarat berdagang:

³⁰ "UU Nomor 07 Tahun 2014," <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>.

³¹ Diyaurrahman, Muh Nashirudin, dan Asiah Wati. (2022). "Etika Perniagaan di Dalam Al-Quran (Analisis Tafsir Ayat – Ayat Tijarah)," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol 5, no. 2, h.85, [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9607](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9607).

1. Rukun Berdagang:

a. Niat (niyyah)

Seperti halnya dalam kegiatan ibadah lainnya dalam Islam, niat merupakan rukun yang sangat penting dalam berdagang. Seorang Muslim harus memiliki niat yang tulus untuk melakukan perdagangan sebagai usaha yang sah dan halal, serta sebagai cara untuk memperoleh nafkah yang baik.

b. Penawaran dan penerimaan (ijab dan qabul)

Ada dua pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan, yaitu penjual dan pembeli. Ijab merupakan tawaran yang jelas dan tegas dari penjual kepada pembeli untuk menjual barang atau jasa dengan syarat-syarat tertentu, sedangkan qabul merupakan penerimaan yang jelas dan tegas dari pembeli terhadap tawaran penjual, setelah mengetahui syarat-syarat transaksi tersebut. Rukun ini melibatkan adanya penawaran dari penjual dan penerimaan dari pembeli dalam bentuk yang jelas dan diucapkan dengan sadar.

2. Syarat Berdagang:

a. **Kepemilikan barang yang diperdagangkan**

Seorang pedagang harus memiliki barang dagangan yang akan dijual. Barang tersebut harus dimiliki secara sah, baik melalui pembelian, produksi sendiri, atau cara lain yang halal.

b. **Kesesuaian dengan syariah**

Barang yang diperdagangkan haruslah halal dan tidak melanggar ketentuan agama. Barang haram seperti alkohol, daging babi, atau barang yang diperoleh dari aktivitas yang merugikan atau merugikan orang lain tidak boleh diperdagangkan.

c. **Keadilan dalam transaksi**

Transaksi perdagangan harus dilakukan dengan cara yang adil dan jujur. Tidak boleh ada unsur penipuan, penjualan barang cacat tanpa memberitahukan cacatnya kepada pembeli, atau praktik lain yang merugikan pihak lain.

d. **Pemenuhan syarat dan ketentuan hukum**

Selain syariat Islam, transaksi perdagangan juga harus mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku di negara tersebut. Ini termasuk pajak, izin usaha, dan ketentuan lain yang mungkin berlaku.

Dengan memenuhi rukun dan syarat berdagang yang telah ditetapkan, seorang Muslim dapat menjalankan aktivitas perdagangan secara sah dan sesuai dengan ajaran agama Islam.³²

H. **Macam-macam Pedagang**

Pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga.

³² Nurfaizah dan Okta Piana Sari. (2024). "Hukum Kecurangan Timbangan Bagi Pedagang Terhadap Konsep Jual Beli Dalam Islam." *Hutanasyah : Jurnal Hukum Tata Negara*, vol 2, no. 2, 131-142, <https://jurnal.staibslg.ac.id/index.php/hutanasyah/article/view/708>.

Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi :

1. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/sumber utama dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
3. Pedagang Subsistensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.
4. Pedagang Semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk 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.³³

I. Pakaian Bekas

Pakaian adalah bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup atau pelindung tubuh. Pakaian juga dapat diartikan sebagai kebutuhan pokok manusia selain makanan, dan tempat tinggal atau tempat berteduh. Manusia

³³ Ali Wardana dan Rahmad Setyawan. (2023). "Peran Dagang Untuk Mengentaskan Masalah Ekonomi Dalam Kacamata Islam," *Jurnal Ar-Ribhu*, vol 5, no. 2, h.404, <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.765>.

membutuhkan pakaian untuk melindungi diri dan menutup tubuh. Namun seiring dengan perkembangan kehidupan manusia, pakaian juga digunakan sebagai simbol status, jabatan, ataupun kedudukan orang yang memakainya. Pakaian memiliki fungsi utama, yaitu untuk menjaga pemakainya merasa nyaman, pakaian melindungi bagian tubuh yang tidak terlihat, pakaian bertindak sebagai perlindungan dari unsur-unsur yang merusak, termasuk hujan, panas matahari, salju, dan angin.

Bekas adalah tanda yang tertinggal atau tersisa (sudah dipegang, diinjak, dilalui, dan sebagainya). Dapat juga diartikan sebagai benda atau barang yang sudah dipakai oleh orang lain. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pakaian bekas adalah benda atau barang yang dipakai oleh seseorang untuk menutupi tubuhnya namun barang tersebut telah dipakai oleh orang lain.³⁴

³⁴ Ahmad Fauzi. (2019). "Jual Beli Pakaian Bekas dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah," *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol 4, no. 2, h.261, <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v4i2.245>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Ruang lingkup penelitian ini adalah menganalisis etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba.

Penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat dalam situasi dan setting fenomenanya yang diteliti. Peneliti diharapkan selalu memusatkan perhatian pada kenyataan atau kejadian dalam konteks yang diteliti.³⁵

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan Normatif, pendekatan yang berdasarkan Hukum Islam atau KHI dan Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti.

B. Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian

³⁵ Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, dan Sauda Julia Merliyana. (2022). "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka," *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, vol 6, no. 1, 80-974, <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.

dilaksanakan yaitu di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba. Sebuah pasar yang terletak di Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Pasar ini dipilih karena menjadi pusat perdagangan pakaian bekas yang cukup signifikan di daerah tersebut.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah para pedagang pakaian bekas yang beroperasi di Pasar Sentral Bulukumba. Penelitian akan fokus pada praktik bisnis mereka, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis syariah, serta pemahaman dan nilai-nilai Islam dalam berbisnis.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan dilakukan selama periode tertentu yang dapat mencakup beberapa bulan. Waktu penelitian akan disesuaikan dengan kebutuhan untuk mengumpulkan data yang representatif dan mencakup periode yang cukup untuk mengamati pola bisnis, perilaku pedagang, serta interaksi dengan konsumen. Hal ini juga dapat melibatkan berbagai waktu, mengingat aktivitas bisnis pasar sentral yang cenderung berfluktuasi.

C. Fokus dan Deskripsi Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada aspek etika bisnis syariah. Oleh karena itu, penelitian harus melibatkan pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip bisnis dalam Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan keseimbangan antara keuntungan dan keadilan sosial. Fokus merupakan batasan peneliti terhadap pembahasan dalam penelitian, fokus menjadi

penting agar menghindari melencengnya pembahasan pada topik topik yang tidak perlu. Maka pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada penelitiannya terkait Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Sentral Bulukumba.

2. Deskripsi Fokus Penelitian

Deskripsi fokus penelitian akan mencakup beberapa aspek yang ingin dikaji secara mendalam dalam penelitian ini seperti Praktik Bisnis Pedagang Pakaian Bekas, Penelitian akan mengamati dan menganalisis proses transaksi yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba, dan bagaimana pedagang menentukan harga pakaian bekas yang mereka jual. Hal ini meliputi pertimbangan-pertimbangan yang diambil dalam menetapkan harga, apakah berdasarkan kualitas barang, permintaan pasar, atau faktor-faktor lainnya. Penelitian akan mengevaluasi sejauh mana pedagang mematuhi prinsip kejujuran dalam transaksi mereka. Ini termasuk apakah informasi mengenai kondisi barang atau harga disampaikan dengan jujur kepada konsumen. Dan juga apakah mereka memberikan pelayanan yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan mereka.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini, penulisan menggunakan dua bentuk sumber data sebagai pusat informasi pendukung data yang dibutuhkan dalam penelitian. Sumber data tersebut adalah :

1. Sumber data Primer

Yaitu data yang diperbolehkan langsung dari obyek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada obyek sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data primernya berupa hasil wawancara dan observasi tentang penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba.

2. Sumber data Sekunder

Yaitu data yang diambil dari sumber kedua yang berupa buku- buku, artikel, dan berbagai hasil penelitian yang berkaitan erat dengan penelitian tentang Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu kegiatan mengamati dan mencatat secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba tersebut telah memenuhi rukun dan syarat dalam bermuamalah dengan cara pengamatan secara langsung ke lokasi objek penelitian dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang sedang diteliti untuk mendapatkan gambaran secara nyata.

2. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara (interview) adalah “suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi”. Hal ini digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan berkaitan dengan penelitian. Wawancara langsung diadakan dengan orang yang menjadi sumber data dan dilakukan tanpa perantara, baik tentang dirinya maupun tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dirinya untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Adapun wawancara tidak langsung dilakukan terhadap orang yang dimintai keterangan tentang orang lain. Pada praktiknya telah disiapkan daftar pertanyaan untuk peneliti ajukan secara langsung kepada para produsen dan konsumen pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba.

3. Dokumentasi

Yaitu metode yang dilakukan dengan mempelajari dan mengumpulkan data dari pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu tentang Etika Bisnis Syariah pada Pedagang Pakaian Bekas.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian untuk "Analisis Etika Bisnis Syariah pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba" akan dirancang untuk mengumpulkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Adapun instrumen lainnya berupa pedoman observasi dan pedoman wawancara sebagai alat bantu dalam penelitian ini agar dapat berjalan secara sistematis dan terstruktur dalam proses pengumpulan data. Untuk memperoleh hasil dari wawancara dan observasi,

diperlukan alat- alat pendukung lainnya seperti buku catatan dan alat tulis untuk mencatat hasil wawancara dan observasi, juga handphone sebagai alat perekam dan juga untuk mendokumentasikan proses penelitian.

G. Pengujian Keabsahan Data

Dalam analisis data Peneliti menggambarkan analisis deskripsi, yaitu metodologi kualitatif. Prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta- fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penggunaan metode deskriptif analisis berguna ketika peneliti menggambarkan data, sekaligus menerangkannya ke dalam pemikiran-pemikiran yang rasional. Sehingga tercapailah sebuah analisis data yang memiliki nilai empiris.

Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa cara untuk meningkatkan keabsahan data penelitian kualitatif agar dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya dan dapat dibuktikan keabsahannya. Dalam penelitian kualitatif ini memakai 3 macam kriteria keabsahan, yaitu:

a. **Kepercayaan (credibility)**

Kredibilitas data dimaksudkan untuk menimbulkan data yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan sebenarnya, ada beberapa teknik untuk mencapai kredibilitas adalah: pengecekan anggota, perpanjangan kehadiran peneliti dilapangan, diskusi teman sejawat, dan pengecekan kecukupan referensi.

b. **Kebergantungan (dependability)**

Kriteria ini digunakan untuk menjaga kehati-hatian akan terjadinya kemungkinan kesalahan dalam pengumpulan dan menginterpretasikan data sehingga data dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kesalahan sering dilakukan oleh manusia itu sendiri terutama peneliti karena keterbatasan pengalaman, waktu, pengetahuan.

c. **Kepastian (confertability)**

Kriteria ini digunakan untuk menilai hasil penelitian yang dilakukan dengan cara mengecek data dan informasi secara interprestasi hasil penelitian yang didukung oleh materi yang ada.

H. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data

Dalam pelaksanaan teknik analisis data, terdapat beberapa langkah yang dilakukan sebagai berikut:

- 1) Reduksi data: Proses ini melibatkan penyusutan dan penyederhanaan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya. Data tersebut direduksi menjadi laporan yang berfokus pada hal-hal yang penting dan relevan dengan penelitian.
- 2) Penyajian Data: Langkah ini mencakup cara untuk memperlihatkan data mentah secara visual atau dalam bentuk yang lebih terstruktur. Tujuan dari penyajian data adalah membedakan antara data yang relevan dengan penelitian dan data yang tidak relevan. Melalui penyajian data, peneliti

dapat memahami informasi yang terkandung dalam dataan merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.

- 3) Kesimpulan dan Verifikasi: Pada tahap ini, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis. Namun, perlu diingat bahwa kesimpulan yang diambil masih bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti yang kuat yang mendukung atau mengubah data yang telah dikumpulkan. Selain itu, kesimpulan juga dapat berubah seiringwaktu jika diperoleh data yang lebih baru.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Pasar Sentral Bulukumba

Sebelum lebih jauh mengenal Lokasi penelitian terlebih dahulu peneliti mendiskripsikan gambaran umum Kabupaten Bulukumba. Kabupaten Bulukumba terletak di bagian selatan Sulawesi dan antara 05°20' - 05°40' Lintang Selatan dan 119°58' - 120°-28' Bujur Timur. Luas wilayah Kabupaten Bulukumba sekitar 1.154,7 km² atau sekitar 2,5 persen dengan penduduk kurang lebih 420.603 jiwa. Dan secara administrasi daerah ini memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Sinjai
- Sebelah Timur : Teluk Bone
- Sebelah Selatan : Laut Flores
- Sebelah Barat : Kabupaten Bantaeng³⁶

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah Pasar Sentral Bulukumba. Pasar ini berada di wilayah Kelurahan Caile, Kecamatan Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba, ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan, adapun batas-batas wilayahnya adalah sebagai berikut:

- Sebelah Selatan berbatasan dengan Jalan Cendrawasih
- Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan Jendral Sudirman
- Sebelah Timur berbatasan dengan Jalan Ahmad Yani
- Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan Diponegoro

³⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulukumba, <https://bulukumbakab.bps.go.id/id>. Diakses 3 Desember 2024.

Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba merupakan pusat perbelanjaan utama di daerah ini. Pasar ini diramaikan oleh banyak pedagang yang datang dari berbagai wilayah untuk menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari mulai dari perlengkapan dapur, pakaian, perabot rumah tangga, aksesoris, dan lain sebagainya, tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial bagi masyarakat setempat. Dengan struktur bangunan yang sederhana dan berbagai kios yang menawarkan beragam produk, pasar ini selalu ramai dikunjungi, terutama pada hari-hari tertentu. Di sinilah para pedagang pakaian bekas beroperasi, memberikan pilihan yang beragam kepada pengunjung.³⁷

B. Deskripsi Informan

Pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba umumnya merupakan individu yang telah lama terjun dalam dunia perdagangan barang bekas. Adapun di antara informan sebagai berikut:

1. Ibu Sumrah

Beralamat di Desa Taccipi, Kecamatan Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba. Ibu Sumrah adalah seorang pedagang pakaian bekas yang telah lama berjualan di Pasar Sentral Bulukumba. Setiap hari, ia bangun pagi untuk menyiapkan dagangannya yang terdiri dari berbagai macam pakaian bekas yang ia beli dari pengepul luar kota. Pukul 06.00 WITA, Ibu Sumrah berangkat ke pasar untuk menyusun pakaian di lapaknya yang terletak di

³⁷ Observasi Peneliti 25 Oktober 2024

Blok B2. Ia memastikan semua pakaian yang dipajang bersih, rapi, dan layak jual. Sepanjang hari, ia akan melayani pembeli dari berbagai kalangan, baik warga lokal maupun pendatang. Selain itu, Ibu Sumrah juga rajin mengikuti tren mode agar bisa menyediakan pakaian yang sesuai dengan selera pasar. Di waktu senggang, ia sering berbincang dengan sesama pedagang untuk bertukar informasi tentang harga dan kualitas barang.

Alasan peneliti memilih Ibu Sumrah untuk wawancara karena ia merupakan pedagang yang sudah sangat berpengalaman dalam dunia perdagangan pakaian bekas. Dengan pengalamannya yang lebih dari dua dekade, Ibu Sumrah memiliki pengetahuan yang mendalam tentang pola konsumsi masyarakat Bulukumba, serta kemampuan untuk memilih pakaian bekas yang masih memiliki nilai jual. Ia juga aktif dalam memperkenalkan pakaian bekas berkualitas dengan harga terjangkau. Wawancara dengannya bisa memberikan insight tentang strategi pemasaran yang efektif, pengelolaan stok barang, serta tantangan yang dihadapi pedagang pakaian bekas di pasar lokal.

2. Bapak Saddank

Beralamat di Desa Panyula, Kecamatan Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba. Bapak Saddank memiliki usaha yang berfokus pada perdagangan pakaian bekas bermerek yang ia dapatkan dari berbagai sumber. Ia berjualan hingga sore hari, sekitar pukul 16.30 WITA, dan seringkali melayani pembeli dengan tawar-menawar yang intens. Selain

berjualan, Bapak Saddank juga aktif menjalin hubungan dengan pelanggan setia yang sering datang kembali untuk membeli pakaian bekas yang lebih langka atau eksklusif. Di luar jam pasar, ia menghabiskan waktunya untuk mencari informasi tentang tren mode terbaru, agar dagangannya tetap relevan.

Alasan peneliti memilih Bapak Saddank karena pengalamannya yang panjang dalam dunia perdagangan pakaian bekas. Dengan latar belakangnya yang terjun langsung ke pasar dan berkeliling untuk mencari barang berkualitas, ia memiliki pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen serta cara memilih pakaian bekas yang bernilai. Wawancara dengannya dapat memberikan wawasan mengenai proses seleksi barang dan cara menjalin hubungan dengan pelanggan yang loyal. Pengalaman Bapak Saddank dalam mencari sumber pakaian bekas dari berbagai daerah bisa juga memberikan informasi terkait distribusi dan jaringan bisnis pakaian bekas di Bulukumba.

3. Ibu Rida

Beralamat di Desa Bonto Bulaeng, Kecamatan Herlang, Kabupaten Bulukumba. Ibu Rida adalah pedagang pakaian bekas yang tidak hanya membuka lapak di Pasar Sentral Bulukumba. Setiap hari, ia memulai aktivitasnya sejak pagi, pukul 07.00 WITA. Setelah membeli pakaian bekas, ia akan membersihkan, merapikan, dan menyortir pakaian berdasarkan jenis dan kualitasnya. Di pasar, ia akan membuka lapak dan melayani pembeli dari pagi hingga sore. Ibu Rida juga berinteraksi dengan pedagang lain untuk berbagi informasi tentang harga pasar dan tren yang sedang

berkembang. Selain itu, ia juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dagangannya, yang memungkinkannya untuk menjangkau pembeli yang lebih luas.

Alasan peneliti memilih Ibu Rida untuk wawancara karena keberhasilannya dalam mengembangkan usaha pakaian bekas dengan cara yang berbeda, yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Ibu Rida adalah contoh pedagang yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, di mana ia tidak hanya bergantung pada penjualan offline di pasar, tetapi juga memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar. Wawancara dengan Ibu Rida bisa memberikan perspektif baru mengenai pemasaran digital dalam perdagangan pakaian bekas, serta cara-cara kreatif untuk mengelola dan memasarkan produk.

4. Ibu Suri

Beralamat di Desa Loka, Kecamatan Bonto Tiro, Kabupaten Bulukumba. Ibu Suri adalah pedagang yang cukup unik karena fokusnya pada pakaian bekas berkualitas tinggi, seperti pakaian dari merek ternama. Setiap hari, ia memulai aktivitasnya dengan mencari pakaian bekas di tempat-tempat yang lebih eksklusif, seperti melalui jaringan teman-temannya. Setelah membeli pakaian bekas, ia akan memeriksa kualitasnya, mencucinya, dan kadang-kadang melakukan perbaikan kecil jika diperlukan. Ibu Suri juga dikenal sebagai pedagang yang sangat teliti dalam memilih pakaian yang akan dijual, hanya memilih barang yang masih dalam kondisi sangat baik. Di pasar, ia akan menjual pakaian-pakaian tersebut dengan harga sedikit lebih

tinggi karena kualitasnya yang superior. Selain itu, ia juga aktif memberikan tips tentang cara merawat pakaian bekas agar tetap awet.

Alasan peneliti memilih Ibu Suri untuk wawancara karena pendekatannya yang sangat selektif dalam memilih pakaian bekas berkualitas tinggi. Dengan pengalaman yang mendalam dalam dunia mode, ia tidak hanya sekadar menjual pakaian bekas, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pelanggannya melalui edukasi tentang perawatan pakaian. Pendekatannya yang berbeda ini memberikan wawasan tentang bagaimana pedagang pakaian bekas bisa memosisikan produk mereka sebagai barang berkualitas dan bernilai lebih tinggi.

5. Hj Lia

Beralamat di Desa Borong Kassi, Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumba. Hj. Lia adalah seorang pedagang pakaian bekas yang sudah berjualan di Pasar Sentral Bulukumba selama lebih dari 10 tahun. Setiap pagi, ia membuka lapaknya dengan penuh semangat dan melayani pembeli dari berbagai kalangan, mulai dari ibu rumah tangga hingga pelajar. Hj. Lia terkenal dengan keramahan dan kesabarannya dalam melayani pelanggan. Selain berjualan pakaian bekas, ia juga membeli pakaian bekas dari pengepul yang datang ke pasar. Di waktu senggang, ia mengatur kembali barang-barang yang tidak terjual, memastikan semua pakaian dalam keadaan rapi dan bersih. Hj. Lia juga sering berbincang dengan sesama pedagang untuk bertukar pengalaman tentang strategi penjualan dan tren pasar.

Alasan peneliti memilih Hj. Lia karena ia memiliki pengalaman yang sangat luas dan telah berhasil mempertahankan usahanya selama lebih dari satu dekade. Keberhasilannya bertahan di tengah persaingan yang ketat dan perubahan tren konsumsi dapat memberikan pelajaran penting bagi pedagang pakaian bekas lainnya. Wawancara dengan Hj. Lia bisa mengungkapkan tantangan yang dihadapi oleh pedagang pakaian bekas dan bagaimana cara bertahan dalam jangka panjang.

6. Kak Fajar

Beralamat di Desa Pakkanna, Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba. Kak Fajar memulai aktivitasnya setiap pagi sekitar pukul 06.00 WITA dengan mempersiapkan lapak dagangnya di Pasar Sentral Bulukumba. Sebagai pedagang pakaian bekas, ia sangat teliti dalam memilih pakaian yang akan dijual. Setiap pakaian yang dijual harus melalui proses pembersihan dan pemeriksaan ketat, untuk memastikan hanya barang berkualitas yang sampai ke tangan pembeli. Dalam menjalankan bisnisnya, Kak Fajar tidak hanya mengandalkan penjualan di toko fisik, tetapi juga memanfaatkan platform online, untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Alasan peneliti memilih Kak Fajar untuk wawancara karena ia memiliki perspektif yang luas mengenai cara bertahan dan bersaing di pasar pakaian bekas yang semakin kompetitif. Selain itu, ia menggabungkan dua model bisnis, yaitu toko fisik dan penjualan online, yang memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak pembeli, termasuk mereka yang tidak bisa datang

ke pasar secara langsung. Pendekatannya yang unik dalam memilih barang, menjaga kualitas, serta melakukan promosi melalui berbagai cara (termasuk diskon atau promosi barang tidak laku) memberikan wawasan tentang bagaimana pedagang pakaian bekas dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, tanggapannya terhadap UU Nomor 40 Tahun 2022 juga relevan, mengingat pedagang kecil seperti Kak Fajar perlu ada dukungan regulasi yang memadai agar dapat bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

7. Ibu Ida

Beralamat di Desa Lembang, Kecamatan Rilau Ale, Kabupaten Bulukumba. Ibu Ida mulai berjualan pakaian bekas pada tahun 2017, dengan tujuan untuk membantu perekonomian keluarga setelah suaminya tidak lagi bekerja. Setiap hari, Ibu Ida memulai aktivitasnya sekitar pukul 06.30 WITA dengan mempersiapkan pakaian-pakaian bekas yang sudah ia periksa kualitasnya. Ia mengutamakan kualitas dan desain pakaian yang menarik bagi pasar, sehingga ia sangat teliti dalam memilih produk yang akan dijual. Setiap pakaian yang diterimanya harus melalui proses pembersihan dan pengecekan menyeluruh. Tidak ada barang yang terlewatkan tanpa diperiksa, karena Ibu Ida percaya bahwa kepercayaan pelanggan adalah hal yang utama.

Alasan peneliti memilih Ibu Ida untuk diwawancarai karena keberhasilannya dalam menjalankan bisnis pakaian bekas secara mandiri dan berkelanjutan sejak 2017. Ia mampu menjaga kualitas produk,

menawarkan layanan yang personal, dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Wawancara dengan Ibu Ida memberikan gambaran bagaimana pedagang pakaian bekas dapat beradaptasi dengan kebutuhan pasar, serta bagaimana cara menjaga hubungan dengan pelanggan agar tetap loyal. Selain itu, Ibu Ida juga memberikan perspektif penting tentang tantangan yang dihadapi pedagang kecil dalam menghadapi perubahan regulasi, seperti UU Nomor 40 Tahun 2022, yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha mereka. Kepedulian Ibu Ida terhadap kualitas barang dan cara berinteraksi dengan pelanggan menjadi contoh positif bagaimana menjalankan usaha dengan hati-hati dan penuh perhatian.

Dari daftar informan diatas, mereka berasal dari beragam latar belakang sosial-ekonomi dan memiliki pengalaman yang cukup dalam menjual pakaian bekas yang masih layak pakai. Mayoritas pedagang ini memperoleh barang dagangan mereka dari sisa impor pakaian bekas yang kemudian disortir dan dijual kembali dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan pakaian baru.

Para pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba menunjukkan berbagai pendekatan dan strategi yang mencerminkan ketekunan, pengalaman, dan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan pasar. Sebagian besar dari mereka, seperti Ibu Sumrah dan Bapak Saddank, menekankan pentingnya pengalaman dalam memilih barang berkualitas serta kemampuan mengelola hubungan dengan pelanggan. Pengalaman panjang ini memberi mereka pemahaman mendalam tentang tren pasar dan perilaku konsumen. Sementara itu, pedagang seperti Ibu Rida dan Kak Fajar menunjukkan kemampuan beradaptasi

dengan memanfaatkan teknologi, seperti media sosial dan platform online, untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan yang lebih luas. Hal ini mencerminkan bagaimana pedagang pakaian bekas dapat berinovasi untuk mendukung pemasaran dan penjualan.

Selain itu, pedagang seperti Ibu Suri menunjukkan pentingnya selektivitas dalam memilih pakaian bekas berkualitas tinggi dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan, seperti tips perawatan pakaian. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk memposisikan produk mereka sebagai barang premium yang dapat dijual dengan harga lebih tinggi. Di sisi lain, pedagang seperti Hj. Lia dan Ibu Ida menunjukkan ketahanan dan keberlanjutan usaha mereka, dengan menjaga kualitas produk dan hubungan baik dengan pelanggan. Keberhasilan mereka bertahan di pasar yang kompetitif menunjukkan bahwa ketekunan dan perhatian terhadap detail adalah kunci untuk mempertahankan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, wawancara dengan pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba memberikan gambaran yang jelas tentang dinamika dan tantangan dalam perdagangan barang bekas. Para pedagang ini menunjukkan bahwa selain pengetahuan pasar dan kemampuan memilih barang, keberhasilan dalam bisnis pakaian bekas juga bergantung pada kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar dan memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan dan daya saing.

C. Praktik Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba

Jual beli dalam bahasa Indonesia berasal dari dua kata, yaitu jual dan beli. Yang dimaksud dengan jual beli adalah berdagang, berniaga, menjual dan

membeli barang. Sedangkan istilah jual beli menurut bahasa Arab adalah al-Bai' yang berarti saling menukar (pertukaran).

Pasar Sentral Bulukumba merupakan salah satu pasar yang termasuk dalam kategori pasar pemasok pakaian bekas terbesar di Kota Bulukumba. Pasar ini terkenal dengan penjualan pakaian bekas termurah dan mempunyai banyak pakaian-pakaian bekas lainnya seperti jaket, jas, celana, kemeja, dress, dan banyak lainnya termasuk tas, sepatu, sprai, selimut dan sebagainya.

Pakaian bekas adalah suatu benda atau barang yang dipakai oleh manusia untuk menutupi tubuhnya tetapi telah dipakai oleh orang lain. Namun terdapat juga pakaian bekas dengan tag label yang masih tercantum karena pakaian tersebut merupakan hasil dari cuci gudang sebuah toko atau pabrik.

Praktik Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba yaitu Jual beli pakaian bekas menggunakan sistem perbal yang dimana yang membeli pakaian bekas ini biasanya agen-agen ataupun pedagang yang ingin menjual kembali pakaian bekas tersebut. Pakaian bekas ini berasal dari luar negeri seperti Singapura, Korea, Jepang, Thailand dan Malaysia.

Cara pembelian pakaian bekas yaitu dengan cara pedagang agen memesan barang kepada distributor dari luar negeri melalui telepon, dan distributornya akan mengirim ballpres-ballpress tersebut melalui jalur laut dan uang transportasinya pedagang yang menanggung biayanya. Pedagang – pedagang tidak semudah untuk mendapatkan barang pakaian bekas dari luar negeri, mereka juga harus punya informan diluar negeri agar pedagang bisa memiliki barang pakaian bekas untuk dijualkan kepada pedagang eceran di Pasar Sentral Bulukumba.

Setelah pakaian bekas tersebut telah sampai di Bulukumba maka pedagang di Pasar Sentral tidak menjual pakaian tersebut dengan bal-balan melainkan melalui eceran dengan harga yang sesuai dengan kondisi pakaian bekas tersebut tujuannya agar pakaian bekas yang mereka jual lebih menarik perhatian pembeli dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Jual Beli Pakaian Bekas Eceran di Pasar Sentral Bulukumba menggunakan sistem eceran yang dimana pembeli membeli pakaian bekas kepedagang di pasar sentral dalam bentuk satuan. Pedagang pakaian bekas eceran ada bermacam-macam seperti pedagang pakaian bekas sudah bergantung dan kualitasnya pun sudah terjamin. Pedagang eceran lainnya menjual pakaian bekas dengan sistem obral dan kualitasnya masih melalui proses pemilihan dan menyita banyak waktu pembeli, dari segi harga jauh lebih murah dibandingkan baju yang sudah digantung atau dipajang orang pedagang.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trimal Jummarta Erlan berjudul *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Agen Dalam Praktek Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu*.³⁸ Kedua penelitian menyoroti praktik jual beli pakaian bekas dengan pendekatan etika bisnis Islam, seperti prinsip transparansi, kejujuran, dan keadilan. Namun, terdapat perbedaan

³⁸ Trimal Jummarta Erlan. (2022). Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol 6, no. 1, <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>.

signifikan dalam fokus dan konteks penelitian. Penelitian Trimal lebih spesifik pada praktik sistem karungan, di mana pakaian bekas dijual dalam bentuk bal tanpa pembeli mengetahui detail kualitas barang di dalamnya. Fokus utama penelitian tersebut adalah pada perilaku agen dan sejauh mana mereka mematuhi prinsip bisnis Islam, khususnya transparansi dalam mengungkapkan cacat pada barang. Sementara itu, penelitian ini memiliki cakupan yang lebih luas, mencakup praktik jual beli pakaian bekas secara umum di Pasar Sentral Bulukumba, baik dalam sistem perbal untuk agen maupun eceran untuk pembeli langsung. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis aspek etika bisnis syariah yang lebih beragam, seperti keadilan harga, kualitas barang, serta strategi pedagang dalam menarik pembeli.

Penelitian ini juga memberikan perspektif baru dengan menggambarkan proses distribusi lintas negara pakaian bekas dari luar negeri, seperti Singapura dan Korea, hingga sampai ke Pasar Sentral Bulukumba. Pedagang lokal menghadapi tantangan logistik dan mengandalkan informan dari luar negeri untuk memperoleh barang. Setelah barang tiba, sistem penjualan di pasar ini lebih variatif, seperti penjualan eceran dengan harga berdasarkan kondisi barang untuk meningkatkan daya tarik pembeli. Temuan ini melengkapi penelitian Trimal dengan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang praktik bisnis pakaian bekas dan implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam berbagai konteks. Hal ini menunjukkan bagaimana kejujuran, transparansi, dan keadilan dapat diterapkan atau diabaikan dalam kegiatan bisnis di pasar lokal.

Berdasarkan hasil penelitian selama dilapangan, maka peneliti akan menjabarkan beberapa hasil penelitian tersebut untuk menjawab permasalahan yang diambil, hasil wawancara dengan pedagang pakaian bekas tentang praktik jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba sebagai berikut:

Hasil wawancara kepada Ibu Sumrah selaku pedagang pakaian bekas:

“Saya berjualan pakaian bekas dari tahun 2015. Saya memulai usahanya dari hobi mengoleksi pakaian unik. Ia menjelaskan bahwa awalnya ia hanya menjual barang-barang dari koleksinya sendiri. Dalam memilih pakaian, ia memperhatikan merek dan model yang sedang tren. Harga jual ditentukan berdasarkan biaya yang dikeluarkan dan kualitas barang. Persaingan dengan pedagang lain dirasakannya cukup ketat, tetapi ia mengandalkan keunikan barang untuk menarik pembeli. Saya menggunakan media social seperti Facebook untuk menjual dan mempromosikan produknya. Ia memastikan pakaian yang dijual baik dan layak jual. Untuk barang yang tidak terjual, ia melakukan diskon atau system obral dengan cara menumpukkan pakaian dilantai dengan harga start lima ribuan dengan kondisi pakaian tidak sudah dicuci. Mengenai UU Nomor 40 Tahun 2022, Saya berharap bisa tetap berjualan dengan cara yang legal dan berkelanjutan.”³⁹

Dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Sumrah peneliti dapat menjabarkan bahwa Ibu Sumrah memulai usaha berjualan pakaian bekas pada tahun 2015, yang berawal dari hobinya mengoleksi pakaian unik. Pada awalnya, ia hanya menjual barang-barang dari koleksinya sendiri, namun seiring berjalannya waktu, ia mulai memperluas usaha tersebut. Dalam memilih pakaian yang dijual, Ibu Sumrah sangat selektif dengan mempertimbangkan merek dan model yang sedang tren. Hal ini menunjukkan bahwa ia memahami selera pasar dan berusaha menghadirkan produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Penentuan harga pakaian bekas yang dijual didasarkan pada biaya yang

³⁹ Ibu Sumrah. Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba, *wawancara*, 25 Oktober 2024

dikeluarkan dan kualitas barang itu sendiri, memastikan harga yang wajar dan sesuai dengan kondisi barang.

Meski persaingan dengan pedagang lain cukup ketat, Ibu Sumrah mengandalkan keunikan barang yang dijual sebagai daya tarik utama untuk membedakan produknya dari yang lainnya. Untuk memasarkan produk, Ibu Sumrah memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook, sebagai platform untuk menjual dan mempromosikan pakaian bekasnya, sehingga bisa menjangkau lebih banyak pembeli. Ia juga menjaga kualitas produk yang dijual dengan memastikan bahwa pakaian yang ditawarkan dalam kondisi baik dan layak jual. Sebagai strategi untuk menghabiskan stok barang yang tidak terjual, Ibu Sumrah menawarkan diskon atau mengadakan obral dengan harga yang sangat terjangkau, mulai dari lima ribu rupiah, meskipun pakaian tersebut belum dicuci.

Terkait dengan regulasi usaha, Ibu Sumrah berharap agar ia bisa terus menjalankan usaha pakaian bekasnya secara legal dan berkelanjutan, mengingat adanya peraturan yang tercantum dalam UU Nomor 40 Tahun 2022. Dengan demikian, Ibu Sumrah tidak hanya fokus pada aspek produk dan pemasaran, tetapi juga berupaya untuk selalu mematuhi ketentuan hukum yang ada. Secara keseluruhan, Ibu Sumrah menjalankan usaha pakaian bekas dengan pendekatan yang matang, memadukan pemahaman terhadap tren pasar, kualitas produk, strategi pemasaran melalui media sosial, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Penjelasan juga disampaikan oleh Bapak Saddank selaku pedagang pakaian bekas:

“Mengenai waktu menjadi pedagang pakaian bekas ini sejak tahun 2019. Sebelumnya saya jualan berbagai macam buah dengan menggunakan mobil pick-up, namun sudah berhenti dan sekarang berjualan pakaian bekas. Saya memulai usaha ini setelah melihat peluang di Pasar Sentral Bulukumba. Saya belajar dari pedagang lain dan menggunakan modal dari hasil menabung. Dalam memilih pakaian, ia lebih fokus pada kondisi fisik dan keunikan desain. Harga ditentukan berdasarkan harga pasar dan permintaan. Saya merasakan dampak persaingan, tetapi percaya bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menarik pelanggan. Selain toko fisik, ia juga menggunakan WhatsApp untuk menjual barang. Setiap pakaian dicuci dan diperiksa dengan teliti sebelum dijual. Untuk barang yang tidak laku, ia menyimpan dan menawarkannya lagi di bulan berikutnya. Saya mengkhawatirkan pelarangan pakaian bekas, tetapi berharap pemerintah bisa memberikan solusi yang baik.”⁴⁰

Dari hasil wawancara peneliti dengan Bapak Saddank peneliti dapat menjabarkan bahwa Bapak Saddank memulai usaha berjualan pakaian bekas pada tahun 2019, setelah sebelumnya berjualan berbagai macam buah dengan menggunakan mobil pick-up. Ia beralih ke bisnis pakaian bekas setelah melihat peluang yang ada di Pasar Sentral Bulukumba. Usaha ini dimulai dengan modal yang diperoleh dari hasil menabung, dan Bapak Saddank juga banyak belajar dari pedagang lain di sekitar pasar untuk mengembangkan keterampilan dan strategi bisnisnya. Dalam memilih pakaian untuk dijual, Bapak Saddank lebih fokus pada kondisi fisik pakaian dan keunikan desain, yang dianggapnya penting untuk menarik minat pembeli. Penentuan harga didasarkan pada harga pasar serta permintaan yang ada, yang menunjukkan bahwa ia mengikuti dinamika pasar dalam menentukan harga jual.

Meskipun persaingan dalam bisnis pakaian bekas cukup terasa, Bapak Saddank percaya bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menjadi faktor

⁴⁰ Bapak Saddank. Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba, *wawancara*, 25 Oktober 2024

penentu dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain mengelola toko fisik, ia juga memanfaatkan aplikasi WhatsApp untuk memudahkan transaksi dan memperluas jangkauan pasar. Sebelum dijual, setiap pakaian yang diterima akan dicuci dan diperiksa dengan teliti untuk memastikan kualitasnya. Untuk barang yang tidak laku, Bapak Saddank menyimpannya dan menawarkan kembali pada bulan berikutnya, sebuah strategi untuk memaksimalkan stok dan mencoba peluang penjualan di periode berikutnya.

Bapak Saddank mengungkapkan kekhawatirannya terhadap kemungkinan pelarangan pakaian bekas, namun ia berharap pemerintah dapat memberikan solusi yang baik agar bisnis ini tetap dapat berlanjut dengan lancar. Secara keseluruhan, Bapak Saddank menjalankan usaha pakaian bekas dengan pendekatan yang hati-hati, mengutamakan kualitas produk dan pelayanan, serta memanfaatkan teknologi untuk mempermudah proses jual beli. Ia juga berharap agar kebijakan pemerintah bisa mendukung kelangsungan usaha kecil seperti miliknya.

Selanjutnya wawancara kepada Ibu Rida selaku pedagang pakaian bekas:

“Saya berjualan pakaian bekas karena ingin membantu dan menambah penghasilan suami dalam memenuhi kebutuhan hidup dan saya berjualan pakaian bekas ini sudah berjalan 3 tahun. Saya memilih pakaian berdasarkan tren fashion dan merek. Harga jual dihitung dengan mempertimbangkan biaya dan margin keuntungan. Persaingan di pasar dirasakannya, namun ia mencoba menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Saya memanfaatkan Instagram untuk menjual dan mempromosikan barang-barangnya. Saya memastikan semua pakaian dalam keadaan bersih dengan mencuci sebelum dijual. Jika ada barang yang tidak laku, saya biasanya mengadakan sale khusus dengan kondisi barang sudah disortir kembali. Mengenai UU Nomor

40 Tahun 2022, saya berharap ada ruang bagi pedagang pakaian bekas untuk terus beroperasi.”⁴¹

Dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Rida peneliti dapat menjabarkan bahwa Ibu Rida memulai usaha berjualan pakaian bekas tiga tahun yang lalu, dengan tujuan untuk membantu suaminya menambah penghasilan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dalam memilih pakaian yang dijual, Ibu Rida mengutamakan tren fashion yang sedang berkembang dan merek-merek yang diminati oleh konsumen. Penentuan harga jual dihitung dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dan margin keuntungan yang diinginkan, menunjukkan pendekatan yang rasional dalam mengelola bisnis. Meski persaingan di pasar cukup ketat, Ibu Rida berusaha untuk membedakan dirinya dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan, yang merupakan kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Ibu Rida memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai saluran untuk mempromosikan dan menjual produk pakaian bekasnya. Sebelum dijual, setiap pakaian yang diterima akan dicuci dan dipastikan dalam keadaan bersih, mencerminkan perhatian terhadap kualitas barang yang dijual. Jika ada pakaian yang tidak laku, Ibu Rida mengadakan sale khusus dengan kondisi barang yang sudah disortir kembali, sebuah strategi yang efektif untuk menghabiskan stok yang tersisa. Mengenai regulasi usaha, Ibu Rida berharap adanya ruang bagi pedagang pakaian bekas untuk terus beroperasi meskipun ada peraturan dalam UU Nomor 40 Tahun 2022 yang mungkin mempengaruhi bisnisnya.

⁴¹ Ibu Rida. Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba, *wawancara*, 25 Oktober 2024

Secara keseluruhan, Ibu Rida menjalankan usaha pakaian bekas dengan fokus pada kualitas, pelayanan yang baik, dan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk. Ia juga memiliki strategi untuk mengelola barang yang tidak laku, dan berharap pemerintah dapat memberikan solusi yang mendukung kelangsungan usaha kecil seperti yang dijalaninya.

Kemudian hasil wawancara kepada Ibu Suri selaku pedagang pakaian bekas:

“Saya menjadi pedagang pakaian bekas ini sudah selama 4 tahun, saya berjualan pakaian bekas ini juga dibantu oleh suami saya. Saya memilih pakaian berdasarkan popularitas dan kebutuhan pasar. Penetapan harga dilakukan dengan memperhitungkan harga di pasar dan kondisi barang. Ia merasakan persaingan yang ketat, tetapi berusaha untuk memberikan produk yang berkualitas. Selain menjual di toko fisik, saya juga menjajakan dagangannya di acara bazar. Pakaian yang dijual selalu dicuci dan diperiksa. Untuk barang yang tidak terjual, saya berencana untuk melakukan promosi, bazar atau mengadakan obral dengan mengumpulkan pakaian di lantai dalam kondisi pakaian belum dicuci kecuali yang digantung itu pakaian sudah di cuci. Saya khawatir dengan kebijakan pelarangan pakaian bekas, tetapi tetap optimis untuk mencari cara agar usaha ini bisa berlanjut.”⁴²

Selanjutnya dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Suri peneliti dapat menjabarkan bahwa Ibu Suri telah berjualan pakaian bekas selama 4 tahun dan menjalankan usaha ini bersama suaminya. Dalam memilih pakaian yang dijual, Ibu Suri lebih mengutamakan popularitas dan kebutuhan pasar, yang menunjukkan bahwa ia berusaha untuk selalu mengikuti tren dan permintaan konsumen. Penetapan harga jual dilakukan dengan memperhatikan harga pasar serta kondisi barang, yang menunjukkan pendekatan yang realistis dan mempertimbangkan faktor eksternal serta internal dalam menentukan harga. Meskipun persaingan di pasar pakaian bekas cukup ketat, Ibu Suri berusaha

⁴² Ibu Suri. Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba, wawancara, 25 Oktober 2024

memberikan produk yang berkualitas sebagai salah satu cara untuk menarik pelanggan.

Selain menjual di toko fisik, Ibu Suri juga menjajakan dagangannya di acara bazar, yang menjadi strategi untuk memperkenalkan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. Setiap pakaian yang dijual dipastikan dalam keadaan bersih melalui proses pencucian dan pemeriksaan yang teliti. Untuk barang-barang yang tidak terjual, Ibu Suri memiliki rencana untuk melakukan promosi, bazar, atau mengadakan obral dengan cara menumpukkan pakaian di lantai, dengan pakaian yang digantung sudah dicuci sedangkan pakaian yang berada di lantai belum dicuci. Ini merupakan cara untuk menarik perhatian pembeli dengan harga lebih murah.

Ibu Suri juga mengungkapkan kekhawatirannya terhadap kebijakan yang mungkin melarang peredaran pakaian bekas, namun ia tetap optimis dan berusaha mencari cara agar usaha ini tetap bisa berlanjut. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa, Ibu Suri menjalankan usaha pakaian bekas dengan pendekatan yang memperhatikan kualitas, kebutuhan pasar, serta penggunaan berbagai saluran pemasaran seperti toko fisik dan bazar. Ia juga memiliki strategi yang matang untuk mengelola barang yang tidak laku dan berharap agar usaha kecilnya tetap bisa bertahan meskipun ada tantangan dari regulasi yang mungkin diberlakukan.

Kemudian hasil wawancara kepada Ibu Hj Lia selaku pedagang pakaian bekas:

“Saya berjualan pakaian bekas untuk usaha sampingan dan saya berjualan pakaian bekas masih coba- coba, saya sudah berjualan lebih kurang 2,5 tahun. Saya mulai berjualan pakaian bekas karena ingin menambah

penghasilan. Saya memilih pakaian berdasarkan kondisi dan merek. Harga ditetapkan dengan menyesuaikan dengan daya beli konsumen. Dalam menghadapi persaingan, saya berusaha untuk menawarkan pelayanan yang ramah. Saya lebih suka menjual di toko fisik dibandingkan online. Saya memastikan semua pakaian bersih dan baik sebelum dijual. Untuk pakaian yang tidak terjual, saya sering melakukan penawaran khusus mulai dari harga sepuluh ribu rupiah dengan ditumpukkan dilantai. Saya berharap pemerintah mempertimbangkan kembali kebijakan yang ada agar pedagang seperti dirinya tetap bisa beroperasi.”⁴³

Dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Hj Lia peneliti dapat menjabarkan bahwa Ibu Hj Lia telah berjualan pakaian bekas selama sekitar 2,5 tahun sebagai usaha sampingan untuk menambah penghasilan. Meskipun masih dalam tahap percobaan, ia memilih untuk berjualan pakaian bekas karena ingin mencari peluang tambahan. Dalam memilih pakaian untuk dijual, Ibu Hj Lia mengutamakan kondisi fisik dan merek pakaian tersebut, yang mencerminkan perhatian terhadap kualitas barang. Penetapan harga dilakukan dengan menyesuaikan dengan daya beli konsumen, sehingga harga yang ditawarkan tetap terjangkau oleh pasar sasaran.

Dalam menghadapi persaingan, Ibu Hj Lia berusaha untuk memberikan pelayanan yang ramah dan menyenangkan kepada pelanggan, yang menjadi cara untuk membedakan usahanya dengan pedagang lainnya. Ibu Hj Lia lebih memilih berjualan di toko fisik daripada secara online, karena merasa lebih nyaman berinteraksi langsung dengan pembeli. Sebelum dijual, ia memastikan semua pakaian dalam keadaan bersih dan layak untuk dipakai. Untuk pakaian yang tidak terjual, Ibu Hj Lia sering melakukan penawaran khusus, mulai dari harga sepuluh

⁴³ Hj Lia. Pedagang Pakaian Bekas do Pasar Sentral Bulukumba, *wawancara*, 25 Oktober 2024

ribu rupiah, dengan menumpukkan pakaian di lantai sebagai cara untuk menarik pembeli dengan harga lebih murah.

Ibu Hj Lia juga mengungkapkan kekhawatirannya terhadap kebijakan yang mungkin mempengaruhi kelangsungan usaha pakaian bekas, dan berharap pemerintah mempertimbangkan kembali kebijakan tersebut agar pedagang seperti dirinya dapat terus beroperasi. Secara keseluruhan, Ibu Hj Lia menjalankan usaha pakaian bekas dengan pendekatan yang sederhana namun efektif, dengan fokus pada kualitas produk, pelayanan yang ramah, dan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen. Ia juga berupaya untuk mengatasi tantangan dalam berbisnis dan berharap agar usahanya tetap dapat bertahan di tengah regulasi yang ada.

Kemudian hasil wawancara kepada Kak Fajar selaku pedagang pakaian bekas:

“Saya mulai berjualan pakaian bekas ini awalnya coba-coba saja, karena saya memang tidak ada pekerjaan dan kebetulan orang tua punya modal untuk membuka usaha akhirnya saya mulai berbisnis pakaian bekas ini. Saya terjun ke bisnis ini setelah melihat tren meningkatnya minat masyarakat terhadap pakaian bekas. Saya memilih barang berdasarkan daya tarik visual dan kondisi fisik. Harga jual ditentukan berdasarkan biaya pengadaan dan kondisi pakaian. Saya merasa bahwa persaingan cukup ketat, tetapi mencoba untuk bersaing melalui keunikan produk. Saya menggunakan kombinasi antara toko fisik dan platform online untuk menjual. Pakaian yang dijual selalu melalui proses pembersihan dan pemeriksaan. Untuk barang yang tidak laku, saya sering mengadakan diskon atau promosi dengan cara ditumpukkan dilantai tetapi menggunakan alas. Terkait UU Nomor 40 Tahun 2022, saya berharap ada alternatif bagi pedagang agar tetap bisa menjalankan usaha.”⁴⁴

Dari hasil wawancara peneliti dengan Kak Fajar peneliti dapat menjabarkan bahwa Kak Fajar memulai usaha berjualan pakaian bekas secara spontan, awalnya

⁴⁴ Kak Fajar. Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba, wawancara, 25 Oktober 2024

karena tidak memiliki pekerjaan tetap dan mendapat dukungan modal dari orang tua. Ia melihat peluang setelah menyadari adanya tren meningkatnya minat masyarakat terhadap pakaian bekas. Dalam memilih barang untuk dijual, Kak Fajar lebih memperhatikan daya tarik visual dan kondisi fisik pakaian, yang menunjukkan bahwa ia memilih barang berdasarkan penampilan yang dapat menarik perhatian konsumen. Penentuan harga jual didasarkan pada biaya pengadaan dan kondisi pakaian, dengan pendekatan yang realistis sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dalam memperoleh barang tersebut.

Meskipun persaingan di pasar pakaian bekas cukup ketat, Kak Fajar berusaha untuk bersaing dengan menawarkan produk-produk yang memiliki keunikan, yang membedakannya dari pedagang lainnya. Ia menggunakan kombinasi antara toko fisik dan platform online untuk menjual produknya, sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas. Semua pakaian yang dijual melalui proses pembersihan dan pemeriksaan yang teliti untuk memastikan kualitas barang. Jika ada barang yang tidak laku, Kak Fajar sering mengadakan diskon atau promosi, dengan cara menumpukkan pakaian di lantai menggunakan alas, yang menjadi untuk strategi menarik pembeli dengan harga lebih terjangkau.

Terkait dengan regulasi, Kak Fajar berharap ada alternatif bagi pedagang pakaian bekas agar tetap bisa menjalankan usaha meskipun ada dampak dari UU Nomor 40 Tahun 2022 yang mungkin mempengaruhi bisnisnya. Secara keseluruhan, Kak Fajar menjalankan usaha pakaian bekas dengan pendekatan yang fleksibel dan mengutamakan kualitas produk serta pelayanan. Ia juga menggunakan berbagai saluran pemasaran, baik secara fisik maupun online, dan

berharap agar kebijakan pemerintah dapat memberikan ruang bagi usaha kecil seperti yang dijalaninya.

Selanjutnya wawancara kepada Ibu Ida selaku pedagang pakaian bekas:

“Saya berjualan pakaian bekas ini mulai dari tahun 2017 sampai sekarang. Saya memulai usaha pakaian bekas karena ingin membantu perekonomian keluarga di karenakan suami tidak lagi bekerja. Saya memilih pakaian berdasarkan kualitas dan desain yang menarik. Harga jual ditentukan berdasarkan analisis pasar dan kualitas barang. Saya merasakan persaingan, tetapi percaya bahwa pendekatan personal kepada pelanggan sangat membantu. Saya menggunakan media sosial seperti facebook. Setiap pakaian yang dijual diperiksa dengan teliti. Untuk barang yang tidak terjual, saya biasanya melakukan penjualan kilat dengan harga mulai lima ribu rupiah saja. Mengenai UU Nomor 40 Tahun 2022, saya berharap bisa terus beradaptasi dan mencari cara untuk menjaga usaha ini agar tetap berkelanjutan.”⁴⁵

Dari hasil wawancara peneliti dengan Ibu Ida peneliti dapat menjabarkan bahwa Ibu Ida memulai usaha berjualan pakaian bekas pada tahun 2017, dengan tujuan untuk membantu perekonomian keluarga, terutama karena suaminya tidak lagi bekerja. Dalam memilih pakaian yang dijual, Ibu Ida sangat memperhatikan kualitas dan desain yang menarik, yang mencerminkan perhatian terhadap preferensi konsumen dan tren pasar. Penetapan harga jual dilakukan berdasarkan analisis pasar dan kualitas barang, yang menunjukkan pendekatan yang rasional dan strategis dalam menetapkan harga sesuai dengan nilai produk.

Meski menghadapi persaingan yang cukup ketat di pasar pakaian bekas, Ibu Ida percaya bahwa pendekatan personal kepada pelanggan sangat penting dalam membangun hubungan yang baik dan mempertahankan loyalitas mereka. Untuk memasarkan produk, Ibu Ida memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook,

⁴⁵ Ibu Ida. Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba, wawancara, 25 Oktober 2024

yang memungkinkan ia untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Setiap pakaian yang dijual diperiksa dengan teliti untuk memastikan bahwa barang yang ditawarkan dalam kondisi baik. Jika ada pakaian yang tidak terjual, Ibu Ida mengadakan penjualan kilat dengan harga yang sangat terjangkau, mulai dari lima ribu rupiah, sebagai cara untuk menghabiskan stok yang tersisa.

Terkait dengan kebijakan yang diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2022, Ibu Ida berharap bisa terus beradaptasi dengan perubahan regulasi dan mencari cara agar usahanya tetap berkelanjutan. Secara keseluruhan, Ibu Ida menjalankan usaha pakaian bekas dengan pendekatan yang sangat fokus pada kualitas produk, pelayanan personal, serta pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran. Ia juga memiliki strategi untuk mengelola barang yang tidak terjual dan tetap berkomitmen untuk menjaga kelangsungan usahanya meskipun menghadapi tantangan regulasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pedagang pakaian bekas, dapat disimpulkan bahwa mereka menjalankan usaha ini dengan pendekatan yang beragam, namun tetap mengutamakan kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan. Mayoritas pedagang memilih pakaian berdasarkan tren, merek, kondisi fisik, dan desain yang menarik, serta menetapkan harga sesuai dengan biaya dan daya beli konsumen. Mereka juga memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk memasarkan produk, serta mengadakan promosi atau diskon untuk menghabiskan stok yang tidak terjual. Meskipun persaingan di pasar pakaian bekas cukup ketat, mereka tetap berusaha untuk membedakan diri dengan menawarkan produk yang unik, pelayanan personal, dan strategi

pemasaran yang efektif. Namun, kekhawatiran terhadap peraturan terkait pakaian bekas, seperti yang tercantum dalam UU Nomor 40 Tahun 2022, menjadi tantangan utama yang mereka hadapi, dan mereka berharap pemerintah dapat memberikan solusi yang memungkinkan usaha ini tetap berjalan secara legal dan berkelanjutan.

Selanjutnya peneliti dapat menjabarkan bahwa praktik jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba ini melibatkan beberapa tahapan yang cukup terstruktur, mulai dari pemilihan barang, proses pembersihan, penyaringan, hingga metode penjualan. Setiap pedagang memiliki pendekatan yang berbeda-beda, namun pada dasarnya mereka semua berfokus pada kualitas barang yang dijual dan cara untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan.

1. Pemesanan Barang

Proses pemesanan atau pengadaan barang menjadi langkah awal yang sangat krusial dalam menjalankan usaha ini. Sebagian besar pedagang, seperti dalam keterangan hasil wawancara peneliti Ibu Sumrah, Bapak Saddank dan Ibu Ida mengatakan bahwa:

“Saya memilih pakaian berdasarkan merek, desain dan model yang sedang tren”.

Sebagian besar pedagang pakaian bekas memperoleh barang dagangan mereka dari berbagai sumber. Beberapa di antaranya mengandalkan koleksi pribadi yang kemudian dijual kembali, seperti yang dilakukan oleh Ibu Sumrah, yang memulai bisnis ini dari hobi mengoleksi pakaian unik. Namun, mayoritas pedagang lainnya seperti Bapak Saddank dan Ibu Ida mengandalkan pasar grosir atau supplier pakaian bekas. Pakaian bekas

tersebut biasanya didapatkan para pedagang memperoleh barang dagangannya dengan cara membeli pakaian bekas dalam partai besar, yang kemudian dipilih dan disortir berdasarkan kondisi dan kualitasnya. Pakaian-pakaian ini berasal dari negara lain yang menjual pakaian bekasnya melalui pasar tersebut, atau dari orang-orang yang ingin menyingkirkan pakaian lama mereka. Melalui cara ini, pedagang memperoleh pakaian bekas dengan harga relatif murah, yang kemudian dapat mereka jual kembali dengan harga yang lebih tinggi setelah melewati proses penyaringan dan perbaikan kualitas.

Dapat disimpulkan bahwa proses pemesanan barang bukan hanya soal memilih pakaian secara acak, melainkan lebih kepada seleksi yang hati-hati berdasarkan kondisi fisik pakaian, tren yang sedang berkembang, dan permintaan pasar. Pemesanan dari grosir atau pasar besar memberikan pedagang akses ke volume barang yang lebih banyak, namun mereka tetap perlu cermat dalam memilih produk yang memiliki potensi daya tarik tinggi bagi konsumen, baik dari segi desain maupun merek.

Tantangan dalam pemesanan barang juga muncul pada saat pedagang harus mempertimbangkan fluktuasi harga dan variasi kualitas barang yang ada di pasaran. Oleh karena itu, banyak pedagang yang memanfaatkan pengalaman mereka dalam mengamati tren dan permintaan pasar untuk memilih produk yang sesuai. Sebagai contoh, Ibu Sumrah memilih barang berdasarkan merek dan model yang sedang tren, sementara Bapak Saddank lebih fokus pada kondisi fisik dan keunikan desain pakaian.

Praktik ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha pakaian bekas sangat bergantung pada kemampuan pedagang dalam mengidentifikasi produk yang akan diminati konsumen dan bagaimana mereka dapat memperoleh barang tersebut dengan harga yang wajar. Proses pemesanan barang ini juga mencerminkan pentingnya keterampilan pedagang dalam beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen, sehingga mereka dapat menawarkan pakaian bekas yang tetap relevan dan menarik di pasaran. Serta tahap pemesanan barang menjadi fondasi yang sangat penting dalam menjalankan bisnis pakaian bekas, di mana pemilihan barang yang tepat akan memengaruhi keberhasilan usaha dan daya saing pedagang di pasar yang kompetitif.

2. Penyaringan dan Pemilihan Barang

Setelah memperoleh barang, proses penyaringan menjadi salah satu langkah yang sangat penting sebelum pakaian bekas dijual. Pakaian yang diterima oleh pedagang tidak serta-merta langsung dijual, tetapi terlebih dahulu diperiksa dengan teliti untuk memastikan bahwa kualitasnya memenuhi standar.

Dalam hal ini Ibu Rida seperti terungkap dari hasil keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Saya memilih pakaian berdasarkan tren fashion dan merek yang sedang digemari, serta memastikan pakaian dalam keadaan bersih”.

Ibu Rida menjelaskan bahwa ia memilih pakaian berdasarkan tren fashion dan merek, serta memastikan pakaian dalam keadaan bersih dan layak jual. Proses pemilihan ini juga mencakup pemeriksaan terhadap

kondisi fisik pakaian, seperti kualitas jahitan, apakah ada kerusakan atau noda yang sulit dihilangkan.

Namun, tidak semua pakaian lolos dalam seleksi ini. Barang-barang yang tidak memenuhi standar akan disortir dan disimpan untuk dijual kembali di lain waktu atau bahkan dijual dengan harga diskon. Seperti Ibu Ida dari hasil keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Barang yang tidak laku terjual, saya biasanya melakukan penjualan kilat dengan harga mulai lima ribu rupiah saja.”

Ibu Ida sering mengadakan penjualan kilat atau diskon dengan harga mulai lima ribu rupiah untuk barang yang tidak laku terjual, dan demikian juga dilakukan oleh pedagang lain seperti Ibu Sumrah dari hasil keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Untuk barang yang tidak terjual, saya biasanya melakukan diskon atau obral.”

Ibu Sumrah mengadakan promosi besar-besaran atau obral pakaian dalam kondisi tertentu. Proses penyaringan dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan kualitas dan daya tarik barang. Serta Ibu Suri dari hasil keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Saya memilih pakaian berdasarkan popularitas dan kebutuhan pasar.”

Ibu Suri menambahkan bahwa ia juga selektif dalam memilih pakaian yang akan dijual. Untuk barang yang tidak laku, ia berencana untuk melakukan promosi atau obral dengan menumpuk pakaian di lantai.

Tahap seleksi menjadi langkah penting dalam menentukan mana pakaian yang layak jual dan mana yang tidak. Sebagian besar pedagang

mengutamakan kualitas dan kondisi fisik pakaian. Ibu Suri dan beberapa pedagang lainnya lebih menekankan pada popularitas desain dan kondisi pakaian. Pemilihan yang teliti ini menunjukkan bahwa pedagang sangat memprioritaskan kualitas barang untuk memenuhi ekspektasi konsumen, mengingat pakaian bekas bisa memiliki potensi kerusakan atau kekurangan. Semua pedagang memastikan pakaian yang mereka jual adalah barang yang telah dipilih dengan teliti. Mereka melakukan seleksi terhadap kualitas fisik pakaian, kondisi bahan, dan keunikan desain untuk menarik minat konsumen.

3. Pakaian di Laundry

Banyak pedagang pakaian bekas yang menyarankan atau bahkan mewajibkan pakaian bekas mereka untuk dicuci sebelum dijual. Dalam hal ini Ibu Rida, Ibu Ida, dan Bapak Saddank seperti terungkap dari hasil keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Saya memastikan pakaian dalam keadaan bersih dan layak jual sebelum saya tawarkan kepada pembeli.”

Ibu Rida, Ibu Ida, dan Bapak Saddank adalah beberapa contoh pedagang pakaian bekas yang secara konsisten mencuci pakaian sebelum dijual. Semua menekankan pentingnya mencuci pakaian bekas sebelum dijual. Pencucian pakaian sangat penting untuk meningkatkan citra usaha dan memastikan bahwa pakaian bekas tetap aman dan nyaman digunakan.

Sebagaimana juga di ungkapkan oleh Ibu Suri dan Ibu Sumrah dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Pakaian yang dijual selalu dicuci dan diperiksa serta layak pakai.”

Ibu Suri menyatakan pakaian yang dijualnya selalu diperiksa dan dicuci terlebih dahulu untuk memastikan kebersihan dan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini penting, mengingat pakaian bekas harus memenuhi standar kebersihan sebelum dikonsumsi oleh pembeli. Pakaian yang dicuci dengan baik memberikan kesan positif terhadap usaha dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Bagian proses mencuci atau membersihkan pakaian bekas sebelum dijual adalah tahap yang sangat penting dalam menjaga kualitas dan reputasi usaha. Hampir semua pedagang, seperti Ibu Rida, Bapak Saddank, Ibu Suri, dan Ibu Ida, menekankan pentingnya memastikan bahwa pakaian yang mereka jual dalam keadaan bersih dan layak pakai. Pencucian pakaian bekas ini bukan hanya bertujuan untuk menghilangkan kotoran, tetapi juga untuk memberikan kesan pertama yang positif kepada pelanggan.

Sebagai peneliti, penegasan ini menunjukkan bahwa pedagang pakaian bekas sangat sadar akan kualitas produk yang mereka tawarkan. Meskipun pakaian tersebut bekas, kebersihan menjadi salah satu indikator utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kebersihan pakaian juga berperan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap pedagang, karena pakaian yang bersih dan terawat lebih dipercaya dan dihargai oleh pembeli. Proses pencucian yang dilakukan sebelum pakaian dijual adalah salah satu upaya para pedagang untuk meningkatkan daya tarik barang dagangan mereka di tengah persaingan yang ketat di pasar pakaian bekas.

Kebersihan pakaian juga menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa produk tersebut aman dan nyaman digunakan oleh konsumen. Dalam konteks ini, praktik mencuci pakaian bekas sebelum dijual bukan hanya soal menjaga citra usaha, tetapi juga memenuhi standar kenyamanan dan kebersihan yang diharapkan oleh pembeli. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tahap ini merupakan langkah strategis yang mendukung keberhasilan pedagang dalam mempertahankan pelanggan dan menjaga kelangsungan usaha mereka.

4. Proses Penjualan Pakaian Bekas

Setelah pakaian dipilih dan dipastikan dalam keadaan layak jual, pedagang mulai menawarkan barang tersebut ke pasar. Terdapat beberapa metode penjualan yang digunakan oleh pedagang, mulai dari menjual di toko fisik, pasar, hingga memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

a. Toko Fisik dan Pasar

Banyak pedagang yang masih mengandalkan cara tradisional untuk menjual pakaian bekas mereka, yakni melalui toko fisik. Ibu Hj Lia dan Ibu Suri, misalnya, lebih memilih berjualan di toko fisik. Sebagaimana di ungkapkan oleh Ibu Hj Lia, Ibu Suri, Ibu Sumrah, Bapak Saddank dan Ibu Rida dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengantakan bahwa:

“Saya lebih suka menjual di toko fisik, karena saya merasa lebih nyaman dan bisa berinteraksi langsung dengan pelanggan, Selain toko fisik, saya juga menjajakan barang-barang saya di acara bazar.”

Banyak pedagang yang berjualan di toko fisik dan pasar tradisional karena dapat membangun hubungan langsung dengan pelanggan. Dan acara bazar menjadi tempat yang efektif bagi beberapa pedagang seperti Ibu Suri dan Ibu Sumrah untuk menjual barang dengan harga promo dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, sebagian besar pedagang seperti Bapak Saddank dan Ibu Suri lebih memilih untuk menjual pakaian bekas di toko fisik atau pasar, karena mereka merasa bahwa pendekatan langsung dengan pelanggan memberikan kesempatan untuk menjalin hubungan personal yang lebih baik. Misalnya, Ibu Rida yang berjualan dengan pendekatan personal, dengan tujuan membangun kepercayaan dari pembeli, sering kali memberi penawaran khusus atau layanan tambahan agar pelanggan kembali lagi.

b. Media Sosial

Di era digital, banyak pedagang pakaian bekas yang juga memanfaatkan media sosial dan platform online untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Beberapa pedagang seperti Ibu Sumrah dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengantakan bahwa:

“Saya menggunakan Facebook untuk mempromosikan pakaian saya”.

Media sosial memungkinkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkenalkan barang-barang terbaru mereka kepada konsumen. Ibu Sumrah memanfaatkan Facebook untuk berjualan dan

mempromosikan produknya, sementara Ibu Rida dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Saya memanfaatkan Instagram untuk menjual dan mempromosikan barang-barang saya”.

Instagram memberikan keuntungan dalam hal visualisasi produk, sehingga memudahkan konsumen untuk melihat kualitas pakaian yang ditawarkan. Ibu Ida dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Saya juga memasarkan barang saya melalui Facebook”.

Ibu Ida juga memilih untuk memasarkan barangnya melalui Facebook. Hal senada juga diungkapkan oleh Kak Fajar dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

"Saya menggabungkan penjualan secara langsung dan online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan”.

Kak Fajar juga menggunakan kombinasi antara toko fisik dan platform online untuk menjual barang. Melalui platform online ini, pedagang dapat memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas dan menjangkau konsumen yang tidak dapat datang langsung ke toko fisik mereka. Selain itu, media sosial memberikan kesempatan bagi pedagang untuk mempromosikan barang-barang terbaru mereka dan memberikan diskon atau promo secara lebih efisien.

Para pedagang pakaian bekas, baik penjualan secara langsung (off-line) maupun penjualan melalui platform online memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan usaha ini. Penjualan secara

langsung dilakukan di toko fisik, pasar, dan bazar, sementara penjualan online memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

Sebagai peneliti, penegasan ini menunjukkan bahwa pedagang pakaian bekas perlu mengoptimalkan kedua saluran penjualan ini untuk mencapai audiens yang lebih luas. Penjualan secara langsung memungkinkan pedagang untuk membangun hubungan personal yang lebih erat dengan pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Hj Lia yang lebih suka menjual di toko fisik dan menjalin komunikasi langsung dengan pembeli. Pendekatan personal ini, diakui oleh sebagian besar pedagang, seperti Ibu Suri dan Ibu Ida, berfungsi untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan memberikan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan, sehingga pelanggan merasa lebih percaya dan nyaman dalam membeli barang.

Sementara itu, penjualan secara online melalui media sosial memungkinkan pedagang untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan lebih beragam. Pedagang seperti Ibu Sumrah, Ibu Rida, dan Kak Fajar memanfaatkan platform online untuk mempromosikan produk mereka dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Penjualan secara online memungkinkan pedagang untuk melakukan pemasaran secara lebih efisien dan meningkatkan visibilitas barang dagangan mereka. Hal ini juga memungkinkan pedagang untuk

menawarkan promosi dan diskon secara lebih luas, serta menjual barang di luar jam operasional toko fisik.

Sebagai peneliti, penting untuk menyoroti bahwa kombinasi antara penjualan langsung dan online memberikan keunggulan kompetitif bagi para pedagang pakaian bekas. Penjualan secara langsung memungkinkan mereka untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan setia, sementara penjualan online memperluas pasar dan meningkatkan kesempatan untuk menjual lebih banyak barang. Kedua saluran ini juga membantu pedagang dalam menghadapi persaingan ketat yang ada di pasar pakaian bekas, karena mereka dapat memaksimalkan keunikan dan kualitas produk mereka melalui pendekatan yang lebih fleksibel dan adaptif.

Secara keseluruhan, praktik penjualan yang menggabungkan kedua saluran offline dan online memberikan keuntungan yang saling melengkapi. Pendekatan ini membantu pedagang untuk tetap relevan dan kompetitif, dengan tetap menjaga hubungan pribadi dengan pelanggan sambil memperluas pasar melalui media digital.

Sebagai peneliti, praktik jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba dapat disimpulkan, dari sisi positif praktik jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba memberikan peluang usaha yang menguntungkan bagi pedagang. Salah satu aspek positif adalah proses seleksi barang yang dilakukan dengan hati-hati, memastikan pakaian yang dijual memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan tren pasar. Pedagang juga sangat memperhatikan kebersihan pakaian, yang dapat meningkatkan

kepercayaan konsumen dan memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman. Selain itu, penggunaan berbagai saluran penjualan, baik secara langsung di toko fisik maupun melalui media sosial, memungkinkan pedagang untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Pendekatan ini memberi keuntungan kompetitif bagi pedagang, karena mereka bisa memperluas pasar dan tetap menjaga hubungan personal dengan pelanggan setia.

Namun, ada beberapa sisi negatif yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah fluktuasi harga dan kualitas barang yang sering tidak konsisten, terutama bagi pedagang yang bergantung pada grosir pakaian bekas. Hal ini bisa mempengaruhi keuntungan yang diperoleh, karena mereka harus menyesuaikan harga jual dengan kualitas barang yang kadang tidak terjamin. Selain itu, pencucian dan penyaringan pakaian membutuhkan waktu dan biaya, yang bisa menjadi beban bagi pedagang kecil. Praktik obral atau diskon untuk barang yang tidak terjual juga dapat mengurangi margin keuntungan. Dan praktik yang cukup kontroversial adalah menumpuk pakaian di lantai, yang dilakukan oleh beberapa pedagang untuk menarik perhatian pembeli, seperti yang disebutkan oleh beberapa pedagang dalam wawancara. Walaupun ini bisa menarik pengunjung yang mencari barang dengan harga murah, namun hal ini dapat memberikan kesan yang kurang profesional dan berdampak pada persepsi kualitas barang. Pakaian yang diletakkan di lantai rentan terkena debu, kotoran, dan kerusakan fisik lainnya. Ini bisa menurunkan daya tarik bagi konsumen yang

mengutamakan kebersihan dan kualitas produk. Di sisi lain, penumpukan barang di lantai bisa menjadi cara yang efektif untuk menarik perhatian pembeli yang mencari penawaran spesial, namun perlu dilakukan dengan hati-hati untuk menjaga kualitas dan reputasi usaha.

Secara keseluruhan, meskipun praktik jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba memiliki banyak sisi positif, seperti seleksi barang yang teliti dan pemanfaatan saluran penjualan yang beragam, ada tantangan yang perlu dihadapi. Fluktuasi kualitas dan harga barang serta masalah kebersihan, terutama ketika barang ditumpuk di lantai, bisa mempengaruhi persepsi konsumen terhadap usaha ini. Pedagang perlu menyeimbangkan antara menarik perhatian pelanggan dan menjaga kualitas barang agar dapat bertahan dalam pasar yang sangat kompetitif.

D. Penerapan Etika Bisnis Syariah pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Bulukumba

Sejarah telah mencatat pengalaman pertama kali Muhammad sebagai seorang pedagang, pada waktu itu Muhammad baru berusia 12 tahun dan melakukan perjalanan dagangnya yang pertama ke Syiria bersama pamannya yaitu Abu Talib Ibn Abdul Mutalib, untuk selanjutnya Muhammad tumbuh dewasa dan mendapat pelajaran banyak tentang bisnis perdagangan dibawah asuhan pamannya. Nabi Muhammad saw., memulai karirnya sebagai seorang pedagang sejak umur 18-30 tahun. Setelah sebelumnya sempat menjadi seorang pengembala. Pada usia tersebut Nabi suka membeli barang-barang dari Pasar dan kemudian menjualnya, selanjutnya setelah beberapa lama beliau dipercaya oleh

para pemilik modal untuk menjalankan modalnya karena kecerdasan dan kejujurannya.

Nabi Muhammad sempat melakukan perjalanan ke beberapa negara tetangga, seperti Syria, Yaman, Bahrain dan pusat-pusat kota perdagangan lainnya, sampai berulang hingga lima kali, perjalanannya yang paling dikenal adalah pada saat ke Yaman, ketika nabi mendapatkan keuntungan dua kalilipat dari bisnis yang dijalankannya bersama mitra Siti Khadijah.⁴⁶

Muhammad telah melakukan transaksi perdagangannya secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh dan kecewa, ia selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya sesuai dengan standar kualitas dengan baik. Lebih dari itu Muhammad juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dagang secara adil. Kejujuran dan keterbukaan Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan abadi bagi para pengusaha generasi.

Dalam sejarah tercatat bahwa modal dasar perdagangan atau berbisnis yang dijalankan Nabi Muhammad saw., adalah kejujuran dan kepercayaan, sehingga rasa simpati konsumen kepada beliau semakin meningkat hal ini tercermin dari keuntungan yang dicapai dalam masa yang relatif singkat tanpa harus menghindari etika bisnis yang berlaku dalam tradisi masyarakat Arab yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. Pada umumnya ada empat hal yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad saw., sebagai seorang pedagang yaitu:

⁴⁶ Safi-ur-Rahman al-Mubarakpuri. (2019) *Ar-Rahiq Al-Makhtum* (Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar), hlm. 55-56.

sifat *siddiq*, *tabliq*, *amanah*, dan *fathonah*. Keempat sifat tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari nabi Muhammad saw., dan sangat dikenal dikalangan ulama. namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Oleh karena itu peneliti mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang terhadap para pedagang apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak’.

Selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dilapangan, dengan tehknik observasi dan wawancara kepada para pedagang khususnya pedagang pakaian bekas terkait dengan etika bisnis syariah yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., dalam berdagang apakah prinsip-prinsip tersebut diterapkan atau tidak, oleh para pedagang khususnya pedagang pakaian bekas yang ada di Pasar Sentral Bulukumba.

Adapun penjelasan masing-masing indikator prinsip-prinsip etika bisnis syariah tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Kejujuran (Shidiq)**

Kejujuran adalah prinsip fundamental dalam etika bisnis syariah, yang mengharuskan pedagang untuk bersikap jujur dalam setiap transaksi yang dilakukan, mulai dari memberikan informasi tentang barang yang dijual hingga penetapan harga.⁴⁷ Dalam wawancara dengan para pedagang pakaian bekas, mereka secara konsisten menekankan pentingnya kejujuran dalam bisnis mereka. Ibu Sumrah, misalnya, memastikan bahwa semua

⁴⁷ Setiawan, A. (2020). “Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Versi Al-Qur'an,” *Jurnal MAFHUM: Ilmu al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 2, No. 2, 181-183. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2>.

pakaian yang dijual dalam kondisi baik, layak pakai, dan tidak ada cacat yang disembunyikan. Bapak Saddank juga menekankan bahwa dalam memilih pakaian, ia selalu memeriksa dengan teliti kualitas barang dan memilih barang yang masih layak jual, yang mencerminkan kejujuran dalam memilih dan menawarkan produk. Ibu Rida, Ibu Suri, dan pedagang lainnya juga mengikuti prinsip ini dengan memeriksa setiap barang sebelum dijual, sehingga pembeli mendapatkan apa yang mereka harapkan tanpa penipuan. Kejujuran dalam transaksi ini penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan antara pedagang dan konsumen. Dalam ajaran Islam, prinsip kejujuran sangat ditekankan, seperti dalam Al-Qur'an surah An-Nisa (135):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang-orang yang benar-benar menegakkan keadilan, menjadi saksi karena Allah, walaupun terhadap dirimu sendiri atau ibu-bapa dan kaum kerabatmu.”

Prinsip kejujuran ini sangat terkait dengan tanggung jawab moral pedagang untuk memastikan bahwa mereka tidak hanya memberikan barang yang sesuai dengan harga tetapi juga barang yang memenuhi standar kualitas yang dijanjikan. Kejujuran bukan hanya mencakup kejujuran dalam informasi, tetapi juga dalam hal penetapan harga yang adil dan tanpa penyembunyian cacat barang. Kejujuran (Shidiq) menjadi landasan utama bagi mereka dalam menjaga hubungan yang transparan dengan konsumen, dengan memastikan bahwa barang yang dijual telah melalui proses pemeriksaan yang ketat dan terbuka tentang kondisi produk.

Hal ini sesuai dengan prinsip syariah yang menekankan pada kejujuran dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW.

2. Keadilan (Adl)

Prinsip keadilan dalam bisnis syariah mengharuskan setiap transaksi dilakukan secara adil dan tidak merugikan salah satu pihak.⁴⁸ Pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba, berdasarkan wawancara, menunjukkan bahwa mereka berusaha untuk menetapkan harga barang sesuai dengan nilai yang sebenarnya dan daya beli konsumen. Ibu Hj Lia misalnya, menyesuaikan harga dengan kemampuan konsumen, yang mencerminkan keadilan dalam menentukan harga. Begitu juga dengan Bapak Saddank yang menetapkan harga berdasarkan harga pasar, dan selalu memperhatikan permintaan serta kualitas barang. Pedagang lainnya juga berusaha untuk memberikan harga yang adil dan transparan, serta tidak melakukan penipuan atau praktik curang dalam proses jual beli. Keadilan ini juga tercermin dalam sikap mereka untuk memastikan bahwa pembeli tidak merasa dirugikan, baik dari segi harga maupun kualitas barang yang dibeli. Prinsip keadilan ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl (90):

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ

⁴⁸ Maulida, Novita, dan Siti Femilivia Aisyah. (2024). "Islamic Business Ethics: Implementation of Principles of Justice and Responsibility in Sharia Economics," *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 1, 45-50. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id>.

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberi kepada kaum kerabat...”

Pedagang pakaian bekas telah berusaha untuk tidak merugikan konsumen dan menjadikan prinsip keadilan sebagai bagian penting dalam setiap transaksi mereka. Keadilan bukan hanya terwujud dalam harga yang adil, tetapi juga dalam cara pedagang memperlakukan pembeli dan sesama pedagang. Prinsip keadilan (Adl) terlihat dalam cara para pedagang menentukan harga barang yang dijual. Mereka berusaha agar harga tersebut sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen, tanpa memanfaatkan keadaan untuk mendapatkan keuntungan yang tidak adil. Ini menunjukkan bahwa pedagang pakaian bekas ini telah berusaha seimbang dalam memperhatikan aspek finansial dan moral dalam setiap transaksi yang mereka lakukan. Prinsip keadilan dalam bisnis ini tidak hanya terbatas pada harga, tetapi juga dalam memberikan pelayanan yang baik dan adil kepada semua konsumen, terlepas dari latar belakang atau status ekonomi mereka. Dalam konteks ini, pedagang-pedagang tersebut telah menerapkan ajaran Islam tentang perlunya memelihara keseimbangan antara hak dan kewajiban dalam setiap hubungan sosial dan ekonomi.

3. Kepercayaan (Amanah)

Dalam bisnis syariah, amanah adalah nilai dasar yang sangat penting. Pedagang pakaian bekas yang diwawancarai menunjukkan sikap amanah dalam

setiap transaksi yang mereka lakukan.⁴⁹ Mereka tidak hanya memastikan barang yang dijual dalam kondisi baik dan layak pakai, tetapi juga bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang dijual. Ibu Rida misalnya, dengan teliti mencuci setiap pakaian sebelum dijual, dan memastikan bahwa hanya barang yang benar-benar baik yang diterima oleh konsumen. Kepercayaan dalam bisnis ini mengharuskan pedagang untuk tidak mengambil keuntungan secara tidak wajar dan memastikan bahwa hak konsumen terlindungi. Amanah juga berarti tidak mengambil sesuatu yang bukan haknya, seperti yang disampaikan oleh Bapak Saddank yang selalu memilih barang berdasarkan kondisi fisik yang masih bagus. Dalam Islam, amanah sangat ditekankan, sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW: *“Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang dipimpinnya.”* (HR. Bukhari dan Muslim). Amanah bukan hanya soal menjaga kualitas barang yang dijual, tetapi juga tentang tanggung jawab terhadap hak konsumen dan keberlanjutan usaha yang dijalankan.

Selain itu, prinsip amanah (kepercayaan) juga dipegang teguh oleh para pedagang. Mereka tidak hanya berusaha untuk menjual barang yang berkualitas, tetapi juga memastikan bahwa produk yang mereka jual benar-benar memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini, amanah terlihat dalam tanggung jawab mereka untuk tidak mengecewakan konsumen dengan barang yang rusak atau tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Pedagang pakaian bekas yang

⁴⁹ Akbar, M. & Wardhani, F. (2021). “Penerapan Nilai Amanah pada Pedagang Pakaian Bekas di Pinrang: Perspektif Ekonomi Syariah,” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 135-140. <http://journal.unsri.ac.id>.

diwawancarai mengungkapkan bahwa mereka selalu mencuci dan memeriksa pakaian dengan teliti sebelum dijual, sehingga konsumen dapat merasa yakin bahwa mereka membeli barang dalam kondisi yang bersih dan layak pakai. Ini sejalan dengan ajaran Islam yang mengutamakan perlakuan jujur dan bertanggung jawab terhadap hak orang lain.

4. Keberlanjutan (Istiqamah)

Keberlanjutan dalam bisnis syariah menekankan pada usaha yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang yang baik untuk semua pihak.⁵⁰ Pedagang pakaian bekas yang diwawancarai, seperti Ibu Sumrah dan Bapak Saddank, menunjukkan komitmen untuk menjaga kelangsungan usaha mereka meskipun menghadapi tantangan yang ada. Ibu Suri misalnya, meskipun mengalami persaingan ketat, tetap berusaha mencari cara agar usahanya bisa terus berjalan dengan baik. Ibu Rida juga menekankan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar dan menjaga keberlanjutan usaha agar dapat terus memberikan manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dalam bisnis syariah bukan hanya mengenai keuntungan finansial, tetapi juga terkait dengan tanggung jawab sosial dan moral dalam berbisnis. Prinsip keberlanjutan ini sejalan dengan ajaran Islam dalam surah Al-Furqan (74):

وَالَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا هَبْ لَنَا مِنْ أَزْوَاجِنَا وَذُرِّيَّاتِنَا قُرَّةَ أَعْيُنٍ وَاجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا

⁵⁰ Al Farisi, S. & Anwar, R.. (2024). “Keberlanjutan Keuangan dalam Perbankan Syariah Indonesia: Membangun Masa Depan yang Berkelanjutan,” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 9, No. 1, 2024, 453-455. <https://an-nur.ac.id/esy>.

Terjemahnya:

“Dan orang-orang yang berkata: ‘Rabb kami, berikanlah kepada kami istri-istri dan keturunan yang menyejukkan hati (kami) dan jadikanlah kami pemimpin bagi orang-orang yang bertakwa.’”

Keberlanjutan dalam usaha ini juga mencakup tanggung jawab moral dan sosial untuk memastikan bahwa bisnis tersebut memberikan dampak positif bagi masyarakat. Keberlanjutan juga berarti menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pedagang lainnya serta tidak merugikan masyarakat atau lingkungan. Prinsip keberlanjutan (Istiqamah) juga sangat terlihat dalam cara para pedagang mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Meskipun menghadapi persaingan yang ketat dan ketidakpastian mengenai kebijakan pemerintah yang dapat berdampak pada kelangsungan bisnis mereka, pedagang pakaian bekas tetap berusaha untuk menjaga usaha mereka agar tetap berjalan. Mereka tidak hanya mengandalkan keuntungan jangka pendek, tetapi juga berusaha untuk menjaga kualitas produk dan hubungan yang baik dengan pelanggan, sehingga usaha mereka dapat bertahan dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang ini tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan moral dari bisnis yang mereka jalankan.

5. Transparansi (Al-Ifsah)

Transparansi dalam bisnis syariah berarti memberikan informasi yang jelas dan terbuka kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi.⁵¹ Pedagang pakaian bekas yang diwawancarai, seperti Ibu Rida dan Ibu Ida, sangat terbuka

⁵¹ Firly Mutia. (2013). “Asas Transparansi pada Akad Mudharabah,” (Tesis, Universitas Airlangga), hlm. 34-36. <http://repository.unair.ac.id>.

dalam memberikan informasi mengenai kondisi barang yang mereka jual. Mereka tidak ragu untuk memberi penjelasan tentang kualitas, harga, dan asal-usul barang, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik. Ibu Sumrah juga menjelaskan bahwa pakaian yang dijual telah melalui proses pemeriksaan dengan teliti, yang menunjukkan keterbukaan dan transparansi dalam bisnisnya. Transparansi ini menciptakan kepercayaan antara pedagang dan konsumen, serta menghindari potensi konflik di masa depan. Prinsip transparansi ini sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dalam surah Al-Baqarah (159):

إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ
أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّعُنُونَ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang-orang yang menyembunyikan apa yang telah Kami turunkan dari keterangan-keterangan dan petunjuk, setelah Kami menjelaskannya kepada manusia dalam kitab, mereka itu dilaknat oleh Allah dan dilaknat oleh semua makhluk yang dapat melaknat.”

Transparansi ini menciptakan hubungan yang adil dan saling percaya antara pedagang dan konsumen, serta membantu menghindari potensi konflik atau perselisihan. Transparansi bukan hanya tentang informasi barang yang dijual, tetapi juga tentang kejujuran dalam menetapkan harga dan ketentuan transaksi. Prinsip transparansi (Al-Ifsah) juga diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Mereka berusaha memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen mengenai harga, kondisi barang, serta cara penggunaan produk. Pedagang pakaian bekas yang diwawancarai, seperti Ibu Hj Lia dan Kak Fajar, menyatakan bahwa mereka selalu berusaha menjaga keterbukaan informasi kepada konsumen untuk

menghindari kesalahpahaman dan membangun kepercayaan jangka panjang. Dengan cara ini, mereka memastikan bahwa konsumen merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang transparan serta adil.

6. Kebersihan (an-Nadhāfa)

Dalam Islam, kebersihan adalah bagian dari iman, dan pedagang pakaian bekas yang diwawancarai menunjukkan komitmen yang kuat terhadap kebersihan dalam menjalankan bisnis mereka.⁵² Semua pedagang, seperti Ibu Suri dan Kak Fajar, memastikan bahwa pakaian yang dijual dalam keadaan bersih dan layak pakai. Ibu Hj Lia juga menjelaskan bahwa pakaian yang tidak terjual selalu dicuci kembali untuk menjaga kebersihan dan kualitas produk. Kebersihan dalam bisnis pakaian bekas tidak hanya penting untuk menjaga kesehatan konsumen, tetapi juga untuk menjaga kehormatan dan integritas pedagang. Prinsip kebersihan sangat ditekankan dalam syariah, karena kebersihan tidak hanya berhubungan dengan aspek fisik, tetapi juga dengan aspek moral dan spiritual. Prinsip kebersihan ini sangat dihargai dalam Islam, sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW yang mengatakan: *“Kebersihan adalah sebagian dari iman.”* (HR. Muslim). Kebersihan adalah kewajiban bagi setiap pedagang yang berjualan barang yang akan digunakan oleh orang lain, agar tidak membahayakan kesehatan dan kenyamanan pembeli. Kebersihan (an-Nadhāfa) juga menjadi perhatian utama bagi pedagang pakaian bekas ini. Mereka tidak hanya memastikan bahwa pakaian yang dijual dalam kondisi bersih, tetapi juga memperhatikan aspek kesehatan dan

⁵² Agum Alfanis. (2023). “Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/Thrift dan Dampaknya terhadap UMKM Lokal di Bandar Lampung Menurut Etika Bisnis Islam,” (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung), hlm. 15-18. <http://repository.radenintan.ac.id>.

keselamatan konsumen. Menjaga kebersihan barang yang dijual merupakan bagian dari tanggung jawab pedagang untuk memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan tidak membahayakan kesehatan konsumen. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya kebersihan dalam setiap aspek kehidupan, baik itu dalam kehidupan pribadi maupun dalam berbisnis.

7. Kepatuhan Terhadap Hukum

Kepatuhan terhadap hukum baik yang bersifat syariah maupun hukum positif adalah prinsip yang harus dipegang teguh dalam setiap aktivitas bisnis.⁵³ Dalam hal ini, para pedagang pakaian bekas, meskipun menghadapi tantangan terkait dengan regulasi yang ada, tetap berusaha untuk menjalankan usaha mereka sesuai dengan hukum yang berlaku. Misalnya, Ibu Sumrah, Ibu Suri, dan lainnya berharap agar bisnis mereka tetap dapat beroperasi dengan cara yang legal meskipun ada peraturan baru yang membatasi perdagangan pakaian bekas. Mereka juga berharap pemerintah dapat memberikan solusi agar usaha mereka tetap berjalan sesuai dengan hukum yang berlaku, seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa (59):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah rasul (Nya) serta ulil amri di antara kalian.”

⁵³ Al Amin, M. N. K., Abdullah, A., Santoso, F. S., Muthmainnah, M., & Sembodo, C. (2023). “Metode Interpretasi Hukum Aplikasi Dalam Hukum Keluarga Islam dan Ekonomi Syariah.” *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, Vol. 4, No. 1, 44-53, <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JI/article/view/157>.

Kepatuhan terhadap hukum adalah bagian dari tanggung jawab moral dalam menjalankan usaha yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga membawa manfaat bagi masyarakat. Kepatuhan terhadap hukum juga menjadi faktor penting dalam keberlanjutan bisnis mereka. Para pedagang pakaian bekas ini menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap hukum yang berlaku, baik hukum syariah maupun hukum positif. Mereka memahami bahwa kepatuhan terhadap hukum merupakan kewajiban yang harus dipatuhi untuk menjaga integritas dan keberlanjutan usaha mereka. Meskipun ada kekhawatiran mengenai kebijakan pelarangan pakaian bekas, mereka berharap agar ada solusi yang adil bagi pedagang kecil agar usaha mereka tetap dapat berjalan sesuai dengan ketentuan yang ada.

Dengan demikian uraian hasil penelitian oleh peneliti tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam praktik perdagangan pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba menunjukkan komitmen yang kuat dari pedagang untuk menjalankan usaha mereka sesuai dengan ajaran Islam, meskipun mereka menghadapi berbagai tantangan. Para pedagang pakaian bekas ini telah berusaha untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika yang termaktub dalam syariah, baik dalam transaksi harian mereka dengan konsumen maupun dalam pengelolaan bisnis mereka secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, para pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba telah mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dengan baik dalam aktivitas bisnis mereka. Meskipun dihadapkan pada tantangan persaingan yang ketat dan perubahan kebijakan, mereka tetap berusaha untuk

menjalankan usaha mereka dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang menekankan pada kejujuran, keadilan, amanah, keberlanjutan, transparansi, kebersihan, dan kepatuhan terhadap hukum. Hal ini tidak hanya mencerminkan komitmen mereka untuk menjalankan bisnis secara etis, tetapi juga menunjukkan bahwa mereka ingin memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Sebagai peneliti, saya menilai bahwa penerapan prinsip-prinsip ini sangat penting tidak hanya untuk keberlanjutan usaha mereka, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan bertanggung jawab dalam konteks syariah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa sebagian besar pedagang berusaha untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran, keadilan, kebersihan, dan keberlanjutan usaha. Pedagang seperti Bapak Saddank, Ibu Rida, dan Ibu Hj Lia berhasil menjalankan bisnis mereka dengan mengutamakan kejujuran dalam transaksi, menetapkan harga yang adil, menjaga kebersihan barang yang dijual, dan memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan. Mereka menunjukkan sikap transparan dan bertanggung jawab, yang mencerminkan prinsip amanah dalam syariah.

Namun, terdapat beberapa pedagang, seperti Ibu Sumrah, Ibu Suri, dan Kak Fajar, yang meskipun berusaha menjual barang dengan harga wajar, cenderung melanggar prinsip kebersihan dan kejujuran. Praktik seperti menumpukkan pakaian bekas di lantai tanpa dicuci dapat merugikan konsumen dan bertentangan dengan prinsip syariah yang mengajarkan pentingnya menjaga kebersihan dan kualitas barang. Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk selalu memperhatikan kebersihan dan penataan barang agar usaha mereka tetap sesuai dengan prinsip syariah. Pedagang juga berusaha untuk menjaga keberlanjutan usaha mereka, terutama dalam menghadapi tantangan persaingan pasar dan kebijakan pemerintah, seperti pelarangan pakaian bekas. Mereka berharap adanya solusi yang memungkinkan mereka untuk tetap menjalankan usaha dengan sah

dan berkelanjutan, sejalan dengan prinsip keberlanjutan dalam etika bisnis syariah.

B. Saran-saran

Berdasarkan penerapan etika bisnis syariah yang telah dilakukan oleh para pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba, beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha mereka antara lain:

1. Peningkatan Kebersihan dan Kualitas Barang

Pedagang pakaian bekas disarankan untuk lebih memperhatikan kebersihan dan kualitas barang yang dijual. Menjaga agar pakaian yang dijual dalam keadaan bersih dan layak pakai, serta ditata dengan rapi, akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga kehormatan bisnis mereka sesuai dengan prinsip kebersihan dalam syariah.

2. Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial

Mengingat perkembangan teknologi dan media sosial yang pesat, pedagang pakaian bekas dapat lebih memaksimalkan penggunaan platform online seperti Instagram, Facebook, atau e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi, mereka dapat menjual produk secara lebih efisien dan memperkenalkan usaha mereka kepada lebih banyak pelanggan.

3. Inovasi dalam Produk dan Layanan

Untuk tetap bersaing di pasar yang kompetitif, pedagang pakaian bekas perlu terus berinovasi dalam menawarkan produk yang unik dan menarik. Selain itu, meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan,

seperti memberikan pelayanan yang lebih personal, dapat membantu memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina, Anisya Hanifa Dinda, Sarah Yulinda, Octavia Chotimah, dan Sauda Julia Merliyana. (2022). "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka." *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, vol 6, no. 1, 974–80. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>.
- Agum Alfanis. (2023). "Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/Thrift dan Dampaknya terhadap UMKM Lokal di Bandar Lampung Menurut Etika Bisnis Islam," (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung), hlm. 15-18. <http://repository.radenintan.ac.id>.
- Ahmad Fauzi. (2019). "Jual Beli Pakaian Bekas dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah," *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol 4, no. 2, h.261, <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v4i2.245>.
- Al Amin, M. N. K., Abdullah, A., Santoso, F. S., Muthmainnah, M., & Sembodo, C. (2023). "Metode Interpretasi Hukum Aplikasi Dalam Hukum Keluarga Islam dan Ekonomi Syariah." *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, Vol. 4, No. 1, 44-53, <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JI/article/view/157>.
- Al Farisi, S. & Anwar, R.. (2024). "Keberlanjutan Keuangan dalam Perbankan Syariah Indonesia: Membangun Masa Depan yang Berkelanjutan," *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 9, No. 1, 2024, 453-455. <https://an-nur.ac.id/esy>.
- Akbar, M. & Wardhani, F. (2021). "Penerapan Nilai Amanah pada Pedagang Pakaian Bekas di Pinrang: Perspektif Ekonomi Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, 135-140. <http://journal.unsri.ac.id>.
- Ali Wardana dan Rahmad Setyawan. (2023). "Peran Dagang Untuk Mengentaskan Masalah Ekonomi Dalam Kacamata Islam," *Jurnal Ar-Ribhu*, vol 5, no. 2, h.404, <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.765>.
- Aminah. (2022). "KAJIAN AL- QUR'AN TENTANG AKHLAK (ETIKA DAN MORAL)," [Skripsi Jurusan Ilmu Al- Qur'an dan Tafsir], Serang Banten, Fakultas Ushuluddin dan Adab UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, <https://osf.io/preprints/6sa5b/>.
- Angga Syahputra. (2019). "ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM," *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, vol 1, no. 1, h.23, <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulukumba, <https://bulukumbakab.bps.go.id/id>. Diakses 3 Desember 2024.

- Danang Kurniawan. (2019). “Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas,” *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, vol 2, no. 1, h.87, <https://doi.org/10.21043/tawazun.v2i1.564>
- Dennis Ulfan Nanda dan Khusnul Fikriyah. (2020). “Perilaku Pedagang Pasar Bandar Kecamatan Mojoroto Kota Kediri Dalam Prespektif Prinsip Dasar Pasar Islami,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol 6, no. 3, h.588, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1364>.
- Dr Nurul Huda. (2019). “Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah,” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.13. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.
- Dr Nurul Huda. (2019). “Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah,” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.18. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.
- Dr Nurul Huda. (2019). “Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah,” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.19. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.
- Dr Nurul Huda. (2019). “Esensi Dasar dan Lingkup Etika Bisnis Syariah,” [Buku Materi Pokok (BMP) EKSA4201], Tangerang Selatan, h.110. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/eksa4201-etika-bisnis-syariah/>.
- Diyaurrahman, Muh Nashirudin, dan Asiah Wati. (2022). “Etika Perniagaan di Dalam Al-Quran (Analisis Tafsir Ayat – Ayat Tijarah).” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol 5, no. 2, 82–92. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9607](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9607).
- Erlan, Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida. (2022). “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol 6, no. 1, 379–93, [shttps://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387](https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387).
- Eva Trisnawati, Abdul Wahab, dan Hamid Habbe. (2021). “IMPLEMENTASI ETIKA BERDAGANG DENGAN SIFAT SIDDIQ, TABLIGH, AMANAH, FATHANAH PADA WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG BOULEVARD MAKASSAR,” *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol 4, no. 3, h.178, <https://doi.org/10.31850/economos.v4i3.912>.
- Firly Mutia. (2013). “Asas Transparansi pada Akad Mudharabah,” (Tesis, Universitas Airlangga), hlm. 34-36. <http://repository.unair.ac.id>.

- Inayah, Nurul, Munawir Munawir, dan Muntaqo Ahmad Wakhidun. (2021). "Kajian Etika Bisnis Islam Di Koperasi Pesantren (Studi Kasus Di Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi)." *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, vol 1, no. 2, 25–211. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.1016>.
- Kementrian Agama, *Al-Qur'an dan Tafsirya* (Jakarta: Lentera Abadi, 2010).
- Lukman Hakim. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam : Fenomena Jual Beli Pakaian Bekas Import (Thrift) Di Toko Serba Fashion Kedungwuni Pekalongan, [Skripsi PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH] FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHIDPEKALONGAN, <https://kneks.go.id/storage/upload/1686216705Prinsip%20&%20Etika%20Bisnis%20syariah>.
- Marwan Hudawy. (2020). "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Jual Beli Jagung Di Batulappa Kabupaten Pinrang (Tinjauan Etika Bisnis Islam)," [Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah], Pare-Pare, FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE, <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1156/1/15.2200.062>.
- Maulida, Novita, dan Siti Femilivia Aisyah. (2024). "Islamic Business Ethics: Implementation of Principles of Justice and Responsibility in Sharia Economics," *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 1, 45-50. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id>.
- Mega Justika. (2019). "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Thrifting Pasar Baru Banjarmasin," [Skripsi Ekonomi dan Bisnis Islam], Banjarmasin, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, h.4, https://www.academia.edu/download/65287083/Mega_Justika_18010502014_ETIKA_BISNIS_ISLAM.
- Misbahul Nisa', Rini Rahayu Kurniati, dan Ratna Niken Hardati. "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PRESPEKTIF ISLAM DALAM PELAYANAN NASABAH (Studi Kasus di BMT UGT Nusantara Capem Blimbing)," h.156: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/download/21745/16199>.
- Muh Suryawan Amrani, Andi Ima Kesuma, dan St Junaeda. (2024). "Reso: Dalam Perspektif Padangkang Wajo," [Skripsi Jurusan Pendidikan Antropologi], Makassar, Universitas Negeri Makassar, h.18, <https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/viewFile/56520/25262>.

- Muklisshotun. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Ditoko Sandang Murah Bojonegoro, [Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah], Jombang, Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang, http://etheses.uingusdur.ac.id/7803/3/4119205_BAB%20I%20%26%20III.
- Nurfaizah dan Okta Piana Sari. (2024). "Hukum Kecurangan Timbangan Bagi Pedagang Terhadap Konsep Jual Beli Dalam Islam." *Hutanasyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, vol 2, no. 2, 42–131. <https://doi.org/10.37092/hutanasyah.v2i2.708>.
- Puspitasari Ira. (2019). "ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS SYARIAH (STUDI KASUS PASAR LEUWILIANG)." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol 3, no. 1, 41–51. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>.
- Puspitasari Ira. (2019). "ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS SYARIAH (STUDI KASUS PASAR LEUWILIANG)." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol 3, no. 1, h.45. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4125>.
- Safi-ur-Rahman al-Mubarakpuri. (2019) *Ar-Rahiq Al-Makhtum* (Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar), hlm. 55-56.
- Setiawan, A. (2020). "Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Versi Al-Qur'an," *Jurnal MAFHUM: Ilmu al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 2, No. 2, 181-183. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2>.
- Siti Aminah. (2022). "KAJIAN AL- QUR'AN TENTANG AKHLAK (ETIKA DAN MORAL)", <https://doi.org/10.31219/osf.io/6sa5b>.
- Siti Hofifah. (2020). "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol 3, no. 2, 37-44. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469).
- Syahputra, Angga. (2019). "ETIKA BERBISNIS DALAM PANDANGAN ISLAM." *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, vol 1, no. 1, 21–34. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1.707>.
- Thuba Jazil, M.Sc (Fin) dan Dr. Nur Hendrasto, M.Si. (2021). "Prinsip & Etika Bisnis Syariah, [Modul UMKM Industri Halal]", <https://blog.nabitu.id/konsep-kewirausahaan-sesuai-syariah-islam/>.
- Trimal Jummarta Erlan. (2022). Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu," *Journal of*

Economic, Bussines and Accounting (COSTING), vol 6, no. 1, <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>.

Trimal Jummarta Erlan. (2022). Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu,” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol 6, no. 1, 93-379, <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>.

Trimal Jummarta Erlan. (2022). Badarudin Nurhab, dan Miti Yarmunida, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu,” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol 6, no. 1, h.99, <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>.

“UU Nomor 07 Tahun 2014.” <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>.

“Undang_undang_No_8_tahun_1999_tentang_PerlindunganKonsumen,” <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU>.

Wiwik Kristanti. (2022). “Tinjauan Etika Bisnis Islami Dalam Jual Beli Pakaian Di Pasar Tradisional Gawangan Desa Baosan Lor Kecamatan Ngrayun,” [Skripsi thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam] UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/24828>.



LAMPIRAN I

PEDOMAN WAWANCARA

Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis syariah pada pedagang pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba?

A. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana memulai usaha jual beli pakaian bekas di Pasar Sentral Bulukumba ini?
2. Bagaimana kriteria pemilihan pakaian bekas yang diterapkan sebelum menjual?
3. Bagaimana menentukan harga jual pakaian bekas yang di tawarkan?
4. Bagaimana dampak persaingan dengan pedagang lain di Pasar Sentral Bulukumba?
5. Bagaimana platform yang digunakan untuk penjualan pakaian bekas? Apakah melalui media sosial, toko fisik, atau kombinasi keduanya?
6. Bagaimana memastikan bahwa pakaian yang dijual bersih dan dalam kondisi baik?
7. Bagaimana cara mengelola inventaris pakaian bekas yang tidak laku terjual?
8. Bagaimana harapan untuk masa depan usaha pakaian bekas ini terkait UU Nomor 40 Tahun 2022 tentang pelarangan pakaian bekas?



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : 23542/S.01/PTSP/2024
Lampiran : -
Perihal : Izin penelitian

Kepada Yth.
Bupati Bulukumba

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 49251-5/C.4-VIII/IX/1446/2024 tanggal 09 September 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : FITMA TUL UMMI
Nomor Pokok : 105251103021
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Slt Alauddin, No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" ANALISIS ETIKA BISNIS SYARIAH PADA PEDAGANG PAKAIAN BEKAS DI PASAR SENTRAL KABUPATEN BULUKUMBA "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **13 September s/d 13 November 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 09 September 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth

1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,
2. *Pertinggal.*



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Fitma Tul Ummi
Nim : 105251103021
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	1 %	10 %
2	Bab 2	11 %	25 %
3	Bab 3	4 %	10 %
4	Bab 4	1 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.



Makassar, 28 Januari 2025
Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 985/FAI/05/A.5-II/IX/1446/2024
Lamp : -
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yang Terhormat,
Ketua LP3M Unismuh Makassar
Di -
Makassar.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ
Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar
menerangkan bahwa Mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **Fitma Tul Ummi**
Nim : 105251103021
Fakultas/ Prodi : Agama Islam/ Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)

Benar yang bersangkutan akan mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan Judul:

“Analisis Etika Bisnis Syariah pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar
Sentral Kabupaten Bulukumba.”

Atas kesediaan dan kerjasamanya kami haturkan *Jazaakumullahu Khaeran Katsiran.*

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

03 Rabiul Awal 1446 H.

Makassar,-----

06 September 2024 M.

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
774 234



Fitma Tul Ummi, dkk.

No. Artikel: 01.007/Al-Iqtishad/II/2025
Tanggal Diterima: 12 Februari 2025

Al-Iqtishad:
Jurnal Kajian Ekonomi Syariah

Kepada Yth.
Sdr. **Fitma Tul Ummi¹, Hasanuddin², Jasri³**

¹²³ Universitas Muhammadiyah Makassar
Jl. Sultan Alauddin No.259, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90221

Dengan ini, kami pengelola Al-Iqtishad: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah menyampaikan bahwa naskah artikel dengann judul:

“Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba”

telah memenuhi kriteria publikasi di Al-Iqtishad: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah dan dapat kami **“terima”** sebagai bahan nasakah untuk penerbitan jurnal pada **Volume 01 Nomor 01 Edisi Februari 2025.**

Untuk menghindari adanya duplikasi terbitan dan pelanggaran etika publikasi ilmiah terbitan berkala, kami berharap agar naskah/artikel tersebut tidak dikirimkan dan dipublikasikan ke penerbit/jurnal lain.

Demikian surat ini disampaikan, atas partisipasi dan kerja samanya, kami ucapkan terima kasih.

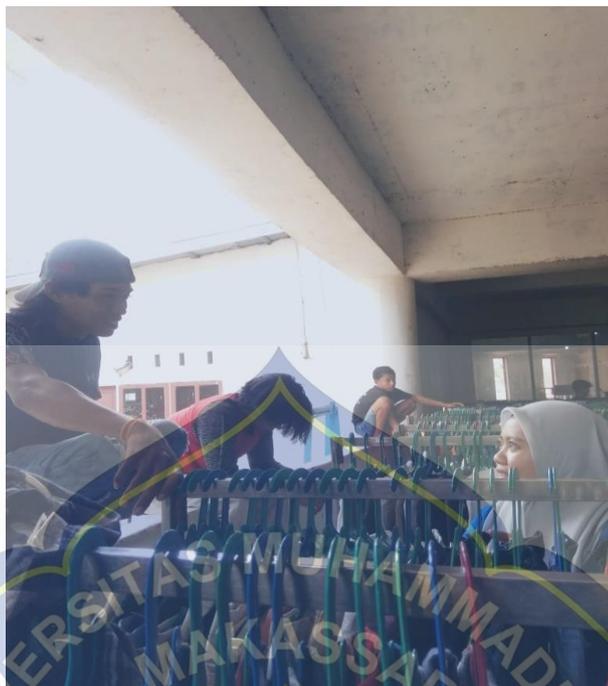
Makassar, 13 Sya'ban 1446 H
12 Februari 2025 M

Editor In Chief

Jasri, S.E.Sy., M.E.
NIDN. 0906129201

LAMPIRAN II









RIWAYAT HIDUP



Fitma Tul Umami. Panggilan Umami, lahir pada tanggal 11 Juli 2003. Putri pasangan dari bapak Asdar dan ibu Rosmini merupakan anak ke dua dari dua bersaudara. Bertempat tinggal di Dusun Sawere Desa Bontoraja, Kec. Gantarang, Kab. Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang pernah di tempuh ; Sekolah Dasar di SD Negeri 31 Bontomacinna lulus tahun 2015. Kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 07 Bulukumba dan lulus pada tahun 2018, meneruskan Pendidikan ke SMK Negeri 01 Bulukumba dan lulus pada tahun 2021. Kemudian penulis tercatat sebagai mahasiswa perguruan tinggi swasta Universitas Muhammadiyah Makassar pada Fakultas Agama Islam Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) pada tahun 2021. Penulis melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba pada tanggal 13 September 2024 sampai dengan 13 November 2024. Dengan ketekunan dan mempunyai motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesarbesarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Analisis Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Sentral Kabupaten Bulukumba”**.