

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Pasar Kayen

Pasar Kayen merupakan pasar tradisional masyarakat Kecamatan Kayen. Pasar tersebut merupakan salah satu pusat perdagangan yang menjual berbagai jenis barang dagangan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup oleh masyarakat Kayen dan sekitarnya. Jenis-jenis barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan hidup masyarakat seperti sandang pangan.

Pasar Kayen Baru dibangun pada tahun 1998, terletak pada Kelurahan/Desa Kayen, Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati, Provinsi Jawa Tengah. Pada titik koordinat 006° 52' 46" LS- 111° 00' 04" BT. Luas lahan pasar 17.500 m², status kepemilikan lahan tanah Pemerintah Kabupaten/Kota. Dengan peruntukan lahan sesuai RTRW setempat.

Pasar Kayen berlokasi di Jalan Raya Pati-Kayen, Kayen, Ronggo Kidul, Jatiroto, Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah, Kode Pos 59171. Pasar ini terletak sangat strategis karena bertempat di sekitaran pemukiman rumah warga. Pasar Kayen beroperasi setiap hari mulai dari pukul 06.00-17.00 WIB. Pasar ini dikelola oleh Kepala Pasar yang Bernama Bambang Rusmianto yang baru menjabat di awal bulan Februari 2024. Sebelumnya Bapak Kepala Pasar ini sebagai Staf di Pasar Kayen. Adapun Batas-batas wilayah Pasar Kayen Yaitu:¹

- a) Sebelah Timur : Pemukiman rumah warga
- b) Sebelah Selatan : Jalan Raya Kayen-Tambakromo
- c) Sebelah Barat : Pasar Hewan Kayen
- d) Sebelah Utara : Sawah

Sebelum dibangunnya Pasar Kayen pada tahun 1998 ini, Pasar Kayen bertempat di sekitar RSUD Kayen yang sekarang menjadi Alun-alun Kayen. Pada tahun 1998 Pasar Kayen pindah lokasi karena tempat yang kurang memadai untuk berdagang, banyaknya pedagang dan bertambahnya pembeli sehingga diputuskan untuk pindah di pasar baru yang lebih luas.

Pasar Kayen memiliki fasilitas seperti WC umum, musholla, tempat parkir, hydrant, dan kantor pengelola pasar yang digunakan oleh kepala pasar dan staf administrasi lainnya

¹ Hasil wawancara dengan Bapak BR selaku Kepala Pasar, 7 Maret 2024, wawancara 8, transkrip.

untuk memantau keadaan pasar. Disekitar Pasar Kayen terdapat permukiman warga, bank, apotik, bengkel motor, toko-toko, counter hp, dan lain sebagainya.

Pedagang di pasar Kayen semua berjumlah ± 1000 pedagang dengan yang masih aktif berdagang sampai saat ini sekitar ± 600 pedagang.² Pedagang tersebut menjual dengan berbagai macam jenis barang dagangan. Seperti halnya pakaian, sepatu, tas, sandal, kosmetik, aksesoris, emas, kain, aneka makanan kering dan basah, perabotan rumah tangga, sembako, sayuran, ikan, buah-buahan dan masih banyak lagi. Pedagang-pedagang tersebut dikelompokkan masing-masing sesuai dengan jenis jualannya untuk mempermudah para pembeli dalam mencari barang yang dibutuhkan.

Aktivitas pedagang Pasar Kayen berlangsung setiap hari. Pedagang di Pasar Kayen menjual dagangannya dengan tempat kios-kios miliki sendiri atau menyewa. Untuk biaya operasional seperti biaya kebersihan dan lainnya semua pedagang mengeluarkan biaya sebesar Rp 34.000,00 per bulan, belum termasuk biaya listrik. Untuk memasuki Pasar Kayen pengunjung hanya membayar uang parkir sebesar Rp 2.000,00 per sepeda motor dan tidak dibebankan kepada pengunjung untuk membayar biaya/tiket masuk pasar.³

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Faktor Penyebab Kegelisahan Pedagang Pakaian dan Penurunan Omzet di Pasar Kayen

Kegelisahan pedagang pakaian dan penurunan omzet terjadi karena perubahan trend perkembangan jual beli secara online yang semakin meningkat di kalangan masyarakat seluruh dunia termasuk di Indonesia. Perubahan perilaku konsumen yang lebih suka berbelanja secara online daripada di toko fisik. Hal tersebut menjadikan para pedagang merasa gelisah dan mengalami penurunan omzet yang cukup tinggi.

Peneliti melakukan observasi di lapangan secara langsung untuk mengetahui keadaan pasar Kayen. Peneliti melihat secara langsung bahwa keadaan pasar memang sepi pengunjung. Selain itu, peneliti juga wawancara dengan para pedagang pakaian. Di

² Hasil wawancara dengan Bapak BR selaku Kepala Pasar, 7 Maret 2024, wawancara 8, transkrip.

³ Hasil wawancara dengan Bapak BR selaku Kepala Pasar, 7 Maret 2024, wawancara 8, transkrip.

pasar Kayen para pedagang pakaian mengeluh karena keadaan pasar yang sepi pembeli. Para pengunjung pasar yang semakin berkurang menyebabkan para pedagang pakaian juga mengalami penurunan omzet karena tidak adanya pembeli.⁴

Berdasarkan penelitian lapangan dengan para pedagang pakaian terdapat beberapa hal faktor penyebab kegelisahan dan penurunan omzet tersebut diantaranya dari Ibu SH yaitu sebagai berikut:

“Akhir-akhir ini pendapatan tidak menentu, setelah adanya belanja online penjualan menurun drastis. Biasanya kalau ramai bisa mendapat sampai Rp 2.000.000,00. Kalau sepi kurang dari Rp 500.000,00-1.000.000,00. Sehari tidak laku sama sekali juga pernah. Dulu sebelum ada online waktu sepi-sepi masih bisa mendapat lebih Rp 2.000.000,00. Sekarang untuk mendapatkan Rp 2.000.000,00 perhari sudah sulit.”⁵

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Ibu TN bahwa: “Kondisi sekarang berbeda jauh mbak, pendapatan tidak menentu pasar juga sepi begini kadang masih ada pembeli 2-3 orang.”⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu IM:

“Tidak bisa ditentukan mbak, kadang ya Rp 500.000,00 untuk waktu sekarang. Kalau dulu ya berbanding jauh banget mbak.”⁷

Dengan demikian, pernyataan diatas merupakan keluhan kesahnya terhadap penurunan omzet yang didapatkan tidak seperti sebelum-sebelumnya pada waktu sebelum trend belanja online yang semakin digeluti konsumen saat ini.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu MS selaku pedagang pakaian juga menyatakan bahwa:

“Omzet sekarang ada penurunan, dulu-dulu sebelum adanya online sehari bisa dapat Rp 3.000.000,00-4.000.000,00. Kalau sekarang paling Rp 1.000.000,00 kadang malah kurang dari itu. Sekarang hanya bisa terjual

⁴ Observasi, Pasar Kayen Jl.Raya Pati-Kayen, Tanggal 13 Desember 2023.

⁵ Hasil wawancara dengan SH selaku Pedagang Pakaian, 5 Maret, 2024, wawancara 6, transkrip.

⁶ Hasil wawancara dengan TN selaku Pedagang Pakaian, 13 Desember 2023, wawancara 1, transkrip.

⁷ Hasil wawancara dengan IM selaku Pedagang Pakaian, 13 Desember 2023, wawancara 2, transkrip.

10-15 baju. Kalau dulu bisa sampai 30-50 baju lebih dan bisa tembus omzet Rp 10.000.000,00-13.000.000,00 sehari. Lebaran tahun kemarin turun banyak hanya bisa tembus omzet sampai Rp 7.000.000,00-8.000.000,00.⁸

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh mbak HY:

“Sekarang ya tidak menentu, sepi-sepi gini bisa dapat Rp 300.000,00 sudah alhamdulillah mbak. Kadang ya bisa lebih kadang ya bisa kurang. Namanya jualan kan kadang ramai kadang sepi juga.”⁹

Berdasarkan hal tersebut diatas terdapat banyaknya penurunan omzet para pedagang pakaian. Hal ini terjadi karena minat konsumen yang beralih dengan belanja online. Maraknya belanja online tersebut membuat para pedagang pakaian mengeluh dan mengalami penurunan omzet.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak SS selaku pedagang pakaian juga menyatakan bahwa:

“Semenjak adanya jual beli online yang meningkat ini, penjualan semakin menurun paling mendapat omzet Rp 500.000,00 kadang aja kurang dari itu.”¹⁰

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Ibu IR selaku pedagang pakaian juga menyatakan:

“Menurun drastis mbak, setelah Covid-19 dan sistem online sekarang pasarnya sepi banget. Pendapatan berkurang banyak, kadang juga pendapatan nol.”¹¹

Pendapat dari Ibu ST selaku Pedagang Pakaian juga menyatakan bahwa:

“Pendapatan semakin menurun, kenyataannya ya sekarang pasar sepi, zaman dulu sebelum trend online ya ramai. Seperti ini kalau mendekati tahun baru kan ramai pembeli untuk mencari atasan, celana, atau jaket tetapi sekarang malah sepi tidak ada pembeli.”¹²

⁸ Hasil wawancara dengan MS selaku Pedagang Pakaian, 6 Maret, 2024, wawancara 7, transkrip.

⁹ Hasil wawancara dengan HY selaku Pedagang Pakaian, 13 Desember 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁰ Hasil wawancara dengan SS selaku Pedagang Pakaian, 5 Maret 2024, wawancara 5, transkrip.

¹¹ Hasil wawancara dengan IR selaku Pedagang Pakaian, 15 Mei 2024, wawancara 14, transkrip.

¹² Hasil wawancara dengan ST selaku Pedagang Pakaian, 15 Mei 2024, wawancara 13, transkrip.

Dari beberapa pedagang pakaian yang peneliti wawancarai semua terdampak akibat adanya trend peningkatan belanja online di *E-commerce* membuat para pedagang pakaian mengeluh karena pendapatan semakin berkurang sehingga mengalami penurunan omzet. Hal ini dikarenakan konsumen yang lebih suka belanja di *E-commerce* dibandingkan belanja di toko fisik.

Berdasarkan hasil wawancara dari para pedagang menyatakan bahwa:

Penyampaian dari Mbak YN:

“Dampaknya ya saya malah sering tutup mbak. Pedagang-pedagang disini banyak ya terus juga kondisinya sepi, pembeli pada memilih yang banyak model pakaian terkini.”¹³

Penyampaian dari Mbak MS:

“Sekarang saya tidak mengambil karyawan untuk membantu jualan disini, karena ya terbatasnya pemasukan yang semakin berkurang. Sehingga untuk menggaji karyawan sudah sulit tidak ada biaya yang cukup. Dulu saya ada karyawan 1 sampai 2 orang yang membantu jualan. Sekarang saya dan suami saja mbak yang berjualan. Karena tidak memungkinkan untuk mengambil karyawan lagi.”¹⁴

Penyampaian dari Mbak ST:

“Ya dampak yang saya alami ini, ketika saya mau membayar tagihan bank itu merasa kesulitan mbak, kan saya ambil modalnya lewat bank. Dan setiap bulan harus dibayarkan, lha sekarang ini malah merasa sulit untuk membayarnya pada tanggal jatuh temponya. Sekarang malah ada tunggakan untuk membayar.”¹⁵

Penyampaian dari Ibu IR:

“Dampaknya ya sekarang saya malah tidak bisa menabung setiap minggunya mbak, malah kadang mengambil uang di tabungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.”¹⁶

Penyampaian yang sama juga dari mbak AL:

¹³ Hasil wawancara dengan YN selaku Pedagang Pakaian, 13 Desember 2023, wawancara 4, transkrip.

¹⁴ Hasil wawancara dengan MS selaku Pedagang Pakaian, 6 Maret, 2024, wawancara 7, transkrip.

¹⁵ Hasil wawancara dengan ST selaku Pedagang Pakaian, 15 Mei 2024, wawancara 13, transkrip.

¹⁶ Hasil wawancara dengan IR selaku Pedagang Pakaian, 15 Mei 2024, wawancara 14, transkrip.

“Dampaknya ya kesulitan untuk membayar bank setiap bulannya, untuk membayar pendidikan anak juga berpengaruh. Terus juga saat mau kulakan pakaian kurang modal. Sehingga saya ya kulakan saat sales pada datang kesini dan itu juga hutang bisa dibayar setiap seminggu sekali.”¹⁷

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa para pedagang mengalami dampak yang berpengaruh dalam kehidupannya untuk mencukupi kebutuhan keluarga sehari-hari, merasa kesulitan untuk membayar bank, dan membawa dampak kepada masyarakat yang dulunya bisa mengambil karyawan, tetapi sekarang malah diberhentikan karena merasa sulit untuk menggaji karyawan. Hal inilah merupakan bentuk dan wujud para pedagang yang sedang mengalami penurunan omzet dikarenakan peningkatan jual beli di *e-commerce* yang semakin digeluti masyarakat. Perubahan ini menjadi dampak bagi para pedagang offline khususnya di Pasar Kayen Pati.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Mbak SS selaku pedagang pakaian menyatakan bahwa:

“Saya juga jualan online. Saya jualan online juga mengikuti perkembangan zamannya. Kalau tidak dionlinekan nanti barangnya tidak laku-laku. Saya jualan online itu selalu dapat orderan jadi kalau dibandingkan dengan offline seperti ini ya lebih enak dionlinekan. Saya jualan online lewat grup WhatsApp, bisa kirim paket sampai luar jawa dan luar negeri juga.”¹⁸

Hasil dari wawancara tersebut pedagang pakaian juga menjual dengan cara online. Jualan online lebih ramai dibandingkan offline. Sekarang belanja online lebih praktis dan menghemat waktu. Hal inilah yang disukai konsumen sekarang dengan belanja online.

Sebagaimana hasil wawancara dengan VF selaku konsumen menyatakan bahwa:

“Lebih suka belanja online karena harganya lebih murah, soalnya rentan harganya itu jauh lebih murah di online daripada di pasaran. Belanja di online juga ada diskon

¹⁷ Hasil wawancara dengan AL selaku Pedagang Pakaian, 15 Mei 2024, wawancara 15, transkrip.

¹⁸ Hasil wawancara dengan SS selaku Konsumen, 5 Maret 2024, wawancara 5, transkrip.

banyak dan gratis ongkir. Kalau di toko fisik atau di pasaran kan jarang ada promo.”¹⁹

Pendapat yang sama juga disampaikan kepada ZA menyatakan bahwa:

“Belanja online lebih mempersingkat waktu dan mudah tinggal cekout lewat hp. Kalau beli di online itu murah juga mendapatkan diskon atau cashback sedangkan kalau di offline itu saya tidak pandai dalam tawar menawar sehingga saya lebih enak beli online.”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dari konsumen tersebut belanja online lebih menghemat waktu dan mudah dilakukan dimana saja dan kapanpun tanpa batas waktu. Harga lebih murah dan juga banyak diskon atau cashback serta mendapat gratis ongkir. Hal tersebutlah yang lebih digemari para konsumen. Berbeda halnya dengan di toko fisik atau di pasaran yang harganya lebih mahal dan jarang mendapat diskon atau potongan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa para pedagang pakaian terdampak akibat trend peningkatan belanja di *E-Commerce* yang semakin digemari konsumen. Para pedagang merasa gelisah dan mengalami penurunan omzet yang cukup banyak, berbeda halnya sebelum adanya online. Hal diatas merupakan wujud kegelisahan dan penurunan omzet baik segi ekonomi dan kekeluargaan para pedagang pakaian di pasar Kayen.

2. Kajian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Peningkatan Jual Beli di *E-Commerce* yang Berimplikasi pada Kegelisahan Pedagang Pakaian dan Penurunan Omzet

Dalam bisnis *e-commerce* yang semakin meningkat ini, transaksi jual beli terdapat perubahan dalam proses jual beli. Artinya proses jual beli tidak lagi seperti pada zaman toko konvensional yaitu bertemu secara tatap muka. Tetapi sekarang penjual dan pembeli hanya perlu melakukannya secara online. Hadirnya *e-commerce* membuat transaksi menjadi cepat dan lebih efisien. Apalagi hadirnya sistem pembayaran melalui virtual account atau *e-wallet* membuat para konsumen mudah untuk melakukannya tanpa batas waktu.

Sebagaimana dalam penuturan konsumen menyatakan bahwa:

¹⁹ Hasil wawancara dengan FV selaku Konsumen, 11 Maret 2024, wawancara 10, transkrip.

²⁰ Hasil wawancara dengan ZA selaku Konsumen, 9 Maret 2024, wawancara 9, transkrip.

“Lebih efisien waktu, kita bisa di rumah bisa sambil kerja atau kuliah nanti barangnya bisa sampai rumah tanpa kita datang ke penjualnya secara langsung”.²¹

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh konsumen bahwa:

“Tidak perlu kemana-mana tinggal tunggu nanti barangnya datang sendiri. Terus kita tidak capek-capek, tidak ribet, tidak perlu tawar menawar juga”.²²

Dapat disimpulkan bahwa jual beli online memudahkan akses pembeli di waktu sibuk kerja atau keperluan lainnya. Apalagi sekarang tidak perlu pergi keluar rumah hanya lewat hp yang dilakukan secara online semua.

Didalam bisnis *e-commerce* terdapat salah satu hal untuk meningkatkan penjualan yaitu mengadakan diskon, flash sale dan gratis ongkir. Hal ini dapat menarik bagi konsumen untuk berbelanja online. Seperti hasil penelitian kepada konsumen bahwa:

“Belanja di online itu ada diskon banyak, dapat cashback, dapat koin, dan juga dapat gratis ongkir”.²³

Dapat disimpulkan bahwa belanja di online lebih banyak diskon dan juga mendapat gratis ongkir. Konsumen lebih menyukai belanja online karena mendapat harga yang lebih murah dari harga aslinya. Penjual juga tidak merasa rugi dengan mengadakan diskon tersebut. Sebab penjual malah senang jika orderan produk yang di dapat lebih banyak dan ramai pembeli.

Dalam jual beli secara online juga perlu menerapkan prinsip-prinsip syariah yang diatur oleh ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk transaksi ekonomi jual beli online ini. Beberapa prinsip dalam jual beli online dalam Islam meliputi: keadilan, kejujuran, dan keterbukaan, larangan riba, gharar dan maisir. Transaksi online harus mematuhi prinsip-prinsip hukum syariah dalam layanan produk dan proses transaksi yang sesuai dengan aturan Islam.

Sebagaimana hasil penelitian kepada konsumen menyatakan bahwa:

²¹ Hasil wawancara dengan NK selaku Konsumen, 12 Maret 2024, wawancara 11, transkrip.

²² Hasil wawancara dengan FV selaku Konsumen, 11 Maret 2024, wawancara 10, transkrip.

²³ Hasil wawancara dengan FV selaku Konsumen, 11 Maret 2024, wawancara 10, transkrip.

“Saya membeli produk secara online itu kebanyakan sudah sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan”.²⁴

Pendapat yang sama juga menyatakan bahwa:

“Saya membeli itu sesuai kalau harganya mahal ya bagus, tapi kalau murah ya gitulah bahannya tipis”.²⁵

Pendapat yang sama juga menyatakan bahwa:

“Ya sesuai dengan deskripsi, ada yang sudah 90-100% sesuai deskripsi dan yang belum sesuai itu kemungkinan kecil 10%”.²⁶

Dari hasil penelitian dengan konsumen tersebut bahwa produk-produk yang di jual melalui *e-commerce* sudah sesuai dengan deskripsi yang tercantum di platform. Adakalanya produk yang dibeli itu bahannya tipis karena harganya lebih murah itu wajar. Karena semua tergantung harga dan kualitas produk yang di beli konsumen. Dalam hal ini bisnis *e-commerce* kebanyakan sudah sesuai dengan prinsip syariah dalam Islam.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Faktor Penyebab Kegelisahan Pedagang Pakaian dan Penurunan Omzet di Pasar Kayen

Maraknya trend jual beli di *E-Commerce* beberapa tahun ini dapat merugikan para pedagang yang berjualan secara offline terutama di Pasar Kayen. Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti bahwa kegelisahan pedagang pakaian dan penurunan omzet di pasar Kayen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

a) Persaingan yang ketat

Persaingan yang ketat sering mendorong pedagang untuk menurunkan harga produk agar lebih kompetitif. Akibatnya, margin keuntungan mengecil karena harga jual harus menyesuaikan dengan di online.²⁷ Berdasarkan penuturan dari salah satu pedagang pakaian bahwa harga di online jauh lebih murah-murah tetapi tidak tahu barangnya bagus atau tidak.

²⁴ Hasil wawancara dengan ZA selaku Konsumen, 9 Maret 2024, wawancara 9, transkrip.

²⁵ Hasil wawancara dengan NK selaku Konsumen, 12 Maret 2024, wawancara 11, transkrip.

²⁶ Hasil wawancara dengan VF selaku Konsumen, 11 Maret 2024, wawancara 10, transkrip.

²⁷ Pasigai.

Peneliti menyimpulkan dari hasil wawancara dengan pedagang pakaian di Pasar Kayen bahwa harga dapat mempengaruhi penjualan yang tidak stabil, disebabkan konsumen lebih menyukai belanja di online karena harga di online jauh lebih murah dibandingkan di Pasar. Tetapi dalam kondisi tersebut belum diketahui secara jelas kualitas barang yang dibeli, pembeli hanya mengetahui kualitas barang melalui deskripsi platform secara online.

b) Perubahan trend fashion

Perubahan trend fashion dalam masyarakat dipengaruhi oleh faktor budaya, teknologi, ekonomi, dan sosial. Fashion telah menjadi cerminan perubahan zaman dan perkembangan sosial. Masuknya teknologi dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari pada akhir-akhir tahun ini mengubah lanskap fashion secara drastis. Platform seperti Instagram, Tiktok, Shopee, Lazada, dan lainnya menjadi arena baru bagi fashion influencer dan content creator untuk mempengaruhi trend. Hal ini menggeser kekuasaan pasar tradisional perlahan tersingkirkan dengan gaya model fashion kekinian.

Hasil penelitian kepada salah satu pedagang mengatakan bahwa konsumen sekarang lebih memilih model fashion kekinian seperti yang di platform *e-commerce*, memilih model pakaian terbaru untuk mengikuti trend zaman sekarang. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perubahan trend fashion membawa pengaruh terhadap pedagang tradisional. Pedagang di pasar kalah dengan banyaknya model kekinian yang berada di platform *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* semakin meningkat karena di platform *e-commerce* menggunakan kecanggihan teknologi. Kecanggihan teknologi dimanfaatkan untuk melakukan promosi lewat influencer dan live streaming shop dengan model pakaian yang menarik konsumen.

c) Penurunan daya beli konsumen

Penurunan daya beli konsumen menyebabkan pedagang pakaian mengalami penurunan omzet karena berkurangnya permintaan atas produk mereka. Konsumen kebanyakan memilih toko-toko yang mempunyai model pakaian yang terbaru dan juga mempunyai stok barang serta warna yang masih lengkap.

Selain itu, persaingan yang meningkat dari platform *e-commerce* dapat mengurangi daya beli konsumen di toko

offline atau pasar tradisional. Konsumen cenderung beralih ke belanja online karena lebih praktis, menghemat waktu dan sering mendapatkan berbagai promosi, diskon dan flash sale.²⁸

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan konsumen lebih menyukai belanja di online karena banyaknya diskon, gratis ongkir dan harga lebih murah. Selain itu, lebih menghemat waktu tidak perlu repot-repot keluar rumah.

Dari pernyataan tersebut dapat di analisis bahwa belanja di online lebih menyenangkan, sebab banyaknya promo dan flash sale besar-besaran sehingga konsumen lebih tertarik beli lewat *e-commerce*. Konsumen sambil duduk manis di rumah dan mengscroll-scroll produk yang diperlukan tinggal cekout nanti barang akan datang di rumah sendiri.

d) Ekonomi yang tidak stabil

Ekonomi yang tidak stabil mengganggu aktivitas dan keseimbangan yang telah lama terjaga seperti badai datang tanpa diduga. Ketika inflasi melonjak dan harga kebutuhan pokok meroket. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil ini, dapat mempengaruhi dampak kepada para pedagang terhadap kegelisahan pedagang pakaian dan penurunan omzet. Omzet yang biasanya stabil kini menurun drastis. Pedagang yang dulunya bisa memperkerjakan karyawan, kini harus mempertimbangkan lagi karena tidak mampu membayar gaji. Hal ini dapat dilihat dari kondisi keuangan yang didapat sekarang. Perubahan ini menyebabkan beberapa faktor yang terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan para pedagang memiliki dampak kegelisahan yang berbeda-beda dilihat dari beberapa aspek yaitu:

Tabel 4. 1 Dampak Kegelisahan dan Penurunan Omzet Pedagang

Bidang	Dampak Kegelisahan dan Penurunan Omzet
Segi Ekonomi	a) Kesulitan membayar tagihan bank tepat waktu / ada tunggakan beberapa bulan. b) Adanya pengurangan karyawan karena tidak dapat memberikan gaji dan

²⁸ Tyo Rizky Siagian and others, 'Penerapan Analisis Swot Pada Pasar Offline Yang Menurun Akibat Pasar Online', 2.1 (2023) <<https://doi.org/10.30640/trending.v1i4.1920>>.

	ekonomi kurang stabil. c) Kesulitan memperpanjang penyewaan toko. d) Kesulitan pembelian stok barang. e) Kesulitan untuk menabung setiap bulannya. f) Ketika pemasaran di online menawarkan harga yang murah atau diskon untuk menarik pelanggan, sehingga pedagang pasar terpaksa melakukan hal yang sama yaitu menurunkan harga barang. g) Mengurangi pembelian barang-barang mewah. h) Persaingan yang ketat menimbulkan konflik antar pedagang pakaian. i) Mengurangi berpartisipasi kepada masyarakat dalam kegiatan acara atau berkumpul yang tidak bermanfaat.
Segi Kekeluargaan	a) Pedagang merasa tertekan karena masalah keuangan sehingga mudah marah dan emosi terhadap keluarga. b) Sering terjadi konflik dengan pasangan karena penurunan pendapatan. c) Kesulitan membiayai pendidikan anak dalam bentuk pembayaran spp, biaya les tambahan, dan kegiatan ekstrakurikuler. d) Anak merasa cemas dan rasa tidak nyaman ketika melihat orang tua sering stres atau berdebat tentang masalah keuangan. e) Pengurangan kebutuhan pokok konsumsi rumah tangga. f) Pedagang merasa malas berjualan dan sering tutup karena pasar yang sepi pembeli.²⁹

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketidakstabilan pendapatan dapat mempengaruhi beberapa aspek yaitu kesulitan untuk membayar tagihan, masalah penggajian karyawan, penggunaan tabungan pribadi,

²⁹ Hasil wawancara kepada para Pedagang Pakaian di Pasar Kayen Pati

penurunan motivasi dan operasional bisnis, serta pengaruh pada pendidikan anak. Hal ini menyebabkan tekanan finansial kepada para pedagang yang terdampak. Oleh karena itu, diperlukan untuk strategi manajemen keuangan yang lebih baik dan dukungan yang eksternal untuk membantu pedagang menghadapi tantangan ini.

Dalam hukum ekonomi syariah terdapat prinsip Al-Maslahah, yaitu salah satu prinsip penting dalam hukum Islam yang berfokus pada kemaslahatan atau kebaikan umum. Dalam hukum Islam, prinsip ini digunakan untuk memastikan bahwa keputusan dan tindakan yang diambil dalam kehidupan pribadi dan masyarakat harus membawa kebaikan dan menghindari kerugian. Menurut Imam Syatibi tentang tujuan hukum Islam ada tiga yaitu dharuriyat, hajiyat, dan tahsiniyat. Di dalam dharuriyat terdapat lima maslahat yaitu *al-din*, *al-nafs*, *an-nasl*, *al-mal*, dan *al-aql*. Seperti yang disampaikan Bapak JA menyatakan bahwa dalam persoalan kegelisahan pedagang dapat dijawab secara teori Imam Syatibi yaitu kajian dharuriyat. Berdasarkan teori ini, ketika banyaknya bisnis online itu menyebabkan bisnis secara offline akan mati dan bangkrut maka akan berdampak pada *qifdul mal* (menjaga harta). Ketika seseorang kehilangan pekerjaan, kehilangan omzetnya dan kehilangan pelanggannya tentu akan kehilangan harta bendanya (*al-mal*). Maka dalam perspektif hukum ekonomi syariah jika banyak transaksi jual beli online akan berdampak penurunan omzet dan penurunan usaha termasuk pedagang-pedagang kecil.³⁰

Dalam menjaga harta, kebutuhan manusia terhadap harta sebagai kebutuhan dharuriyat akan terus berlangsung dan diwujudkan. Pemenuhan kebutuhan ini akan berhenti ketika aktivitas kehidupannya di dunia berakhir. Islam telah menekankan kepada manusia bahwa jumlah harta yang dibutuhkan dan yang telah diperoleh harus memberikan manfaat bagi perkembangan kualitas kehidupannya secara individu dan untuk kesejahteraan bersama (sosial).

Menurut Al-Syatibi, telah menjelaskan cara menjaga dan memelihara harta sesuai dengan prinsip-prinsip maqashid syariah. Hal ini mencakup ketetapan hukum yang ditetapkan oleh Allah, seperti larangan mencuri dan sanksi yang menyertainya, larangan melakukan kecurangan dan pengkhianatan dalam bisnis,

³⁰ Hasil wawancara dengan Bapak JA selaku Tokoh Agama, 29 April 2024, wawancara 12, transkrip.

larangan riba, larangan memperoleh harta dengan cara yang tidak sah, dan kewajiban mengganti barang yang rusak karena ulah seseorang. Dengan demikian, keberlangsungan harta dapat terjaga. Selain itu, peran maqashid syariah dalam menjaga dan memelihara harta juga terwujud melalui larangan menimbun harta yang diperlukan, larangan menumpuk harta di tangan orang-orang kaya, dan perintah untuk bersedekah dan berinfaq demi meratakan distribusi harta guna memberikan manfaat bagi seluruh manusia.³¹

Harta sebagai kebutuhan harus dijaga dan dipelihara agar memberikan manfaat. Pemeliharaan terhadap harta bukanlah untuk tetap menyimpannya, melainkan untuk mengelolanya dan mengalokasikannya setelah kebutuhan pribadi dan keluarga terpenuhi. Harta sebagai kebutuhan esensial harus digunakan dengan bijak dan tidak berlebihan. Harta harus dijaga dan dipelihara karena memiliki status sebagai:

- a) Titipan dan amanah dari Allah;
- b) Perhiasan dalam kehidupan;
- c) Ujian dalam perjalanan hidup; dan
- d) Bekal dalam menjalankan ibadah.

Dapat disimpulkan bahwa dalam menjaga harta harus penuh dengan kehati-hatian. Artinya, harta yang diperoleh harus dikelola dengan baik dan bijaksana agar mematuhi prinsip-prinsip keadilan dan kemanfaatan yang diperintahkan oleh syariah. Imam Syatibi menegaskan bahwa larangan terhadap praktik riba, penipuan, penggelapan, atau penyalahgunaan harta lainnya yang bertentangan dengan prinsip-prinsip moral dalam Islam. Harta harus digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar, untuk meningkatkan kualitas hidup, serta untuk memberikan manfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan.

2. Analisis Kajian Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Peningkatan Jual Beli di *E-Commerce* yang Berimplikasi pada Kegelisahan Pedagang Pakaian dan Penurunan Omzet

Kebiasaan baru masyarakat sekarang dalam berbelanja tahun terakhir ini adalah belanja online. Hal tersebut muncul karena smartphone yang semakin canggih sehingga dapat digunakan untuk mengakses berbagai hal. Seperti layanan *E-Commerce* yang semakin banyak misalnya Shopee, Tokopedia,

³¹ Muhammad Irwan, 'Kebutuhan Dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah', *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3.2 (2021), 166–69 <<https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.47>>.

Lazada, Bukalapak, Tiktok Shop dan lain-lain. Bahkan layanan media sosial seperti Tiktok pun booming dengan fitur *live shopping* untuk memenuhi kebutuhan belanja online masyarakat.

Dalam jual beli online terdapat hukum yang harus memenuhi dengan aturan Islam. Islam membolehkan berbisnis online selagi tidak mengandung unsur riba, kezaliman, monopoli, dan penipuan. Rasulullah menisyratkan bahwa jual beli itu halal dengan didasari saling suka sama suka. Sebab jual beli melalui online memiliki dampak positif karena dianggap lebih mudah, cepat, dan praktis.³²

Dalam fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/IX/2021, terdapat sejumlah ketentuan yang mengatur operasional online shop. Ketentuan-ketentuan ini merupakan aspek-aspek penting yang harus dipenuhi dalam proses jual beli online shop dari perspektif hukum ekonomi syariah. Berikut adalah ketentuan-ketentuannya meliputi:³³

- a) Penjual dan pembeli menyetujui perjanjian jual beli.
- b) Barang dan/atau jasa yang menjadi obyek perjanjian harus secara syariah dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c) Pembayaran harga dapat dilakukan sesuai kesepakatan dengan metode yang sesuai dengan prinsip syariah dan perundang-undangan yang berlaku, antara lain meliputi transfer, menggunakan uang elektronik, atau tunai di gerai retail.
- d) Dalam hal *mabi'* (barang) berupa fisik, serah terima *mabi'* dapat dilakukan langsung oleh penjual kepada pembeli, dan boleh menggunakan penyedia jasa ekspedisi.
- e) Dalam hal pengiriman *mabi'* menggunakan penyedia jasa ekspedisi, dilakukan akad ijarah antara penyedia jasa ekspedisi dengan penjual atau pembeli sesuai kesepakatan.
- f) Dalam hal *mabi'* yang diterima pembeli tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan saat perjanjian, pembeli memiliki hak *khiyar* (opsi).
- g) Dalam hal *mabi'* rusak karena penyedia jasa ekspedisi lalai atau melampaui batas pada saat pengiriman, penyedia jasa ekspedisi wajib tanggung jawab atas kerusakan *mabi'* tersebut.

³² Nur fitria.

³³ Dede Al Mustaqim.

Dari hasil penelitian wawancara kepada konsumen yang sering belanja online menyatakan bahwa ketika pembeli ingin menukarkan produknya yang salah atau kurang pas, si penjual memberikan respon yang baik dan juga ramah saat di chat. Penjual juga memberikan produk yang mau di return kepada pembeli.

Dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih atau disebut dengan *khiyar*. Yaitu membatalkan atau meneruskan jual beli, yang artinya konsumen dapat mereturn barang yang dianggap kurang sesuai dengan deskripsi atau salah dalam pengiriman. Dengan demikian penjual juga merespon konsumen dengan baik dan ramah. Hal ini merupakan jual beli secara online yang mempunyai prinsip keadilan dan keterbukaan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian juga dengan konsumen menyatakan bahwa jual beli di *e-commerce* sudah sesuai dengan deskripsi yang tercantum di platform. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam platform *e-commerce* dinyatakan sudah sesuai dengan deskripsi dan telah menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis jual beli online seperti prinsip kejujuran dan transparansi. Sebagai contoh ketika konsumen membeli barang lewat online tercantum harga dan deskripsi barang di platform. Sehingga di kemudian hari barang tersebut datang dan di buka oleh konsumen bahwa barang yang diperjualbelikan sudah sesuai dengan deskripsi yang tercantum.

Menerapkan prinsip kejujuran dalam berbisnis di *e-commerce* adalah kunci untuk menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam dunia bisnis yang kompetitif. Dalam prinsip ini dapat diterapkan dalam jual beli di *e-commerce* seperti: 1) Deskripsi produk yang jujur dan lengkap, misalnya memberikan informasi yang akurat di dalam deskripsi produk dan memberikan foto atau video produk secara jelas. 2) Harga yang transparan, misalnya mencantumkan harga produk secara jelas dan jika ada diskon atau promosi harus dijelaskan syarat dan ketentuan secara rinci. 3) Transaksi metode pembayaran yang aman dan transparan. 4) Kebijakan pengembalian dan garansi produk yang jelas. 5) Layanan pelanggan yang responsif dan transparan misalnya, merespons dengan cepat terhadap

pertanyaan dan keluhan konsumen serta berkomunikasi yang jujur.³⁴

Selain itu, konsumen lebih memilih belanja lewat online karena lebih menguntungkan mereka sebab kemudahan untuk mengakses, produk lebih luas, pengiriman yang mudah dan cepat, serta banyaknya promosi dan diskon. Hal ini merupakan bentuk belanja online yang nyaman dan efisien, serta membawa manfaat bagi konsumen untuk menjadi pilihan belanja kebutuhan sehari-hari.

Belanja online yang bermanfaat bagi konsumen adalah belanja yang tidak hanya nyaman dan efisien, tetapi juga memberikan nilai tambah yang nyata dalam kehidupan sehari-hari. Ada beberapa aspek dan fitur yang menjadikan belanja online bermanfaat bagi konsumen, seperti: kemudahan dan kenyamanan konsumen dapat berbelanja kapan saja tanpa terikat jam operasional toko fisik, memungkinkan konsumen untuk membeli barang saat benar-benar membutuhkan. Penghematan waktu dan biaya, memungkinkan konsumen untuk membandingkan harga dari berbagai penjual dengan mudah dan layanan pengiriman yang cepat dan opsi pengiriman yang fleksibel. Beragam pilihan produk, platform yang menyediakan berbagai kategori produk mulai dari bahan makanan, produk rumah tangga, pakaian, hingga elektronik, serta stok barang yang banyak. Keamanan dan kepuasan pelanggan, menyediakan berbagai pembayaran yang aman seperti kartu kredit, dompet digital, dan transfer bank dengan perlindungan data yang kuat, serta proses pengembalian yang sederhana dan transparan memberikan konsumen rasa aman jika produk yang diterima tidak sesuai. Dengan adanya fitur-fitur ini, belanja online dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi konsumen, membuatnya menjadi pilihan yang menarik dan seringkali lebih baik dibandingkan dengan belanja konvensional.

Akan tetapi, tidak semua platform di *e-commerce* memenuhi prinsip kejujuran, keadilan, dan transparansi. Contohnya ketika konsumen membeli produk misalnya pakaian atasan wanita. Pakaian atasan tersebut dijelaskan memiliki bahan yang halus, adem, dan tebal, serta ukuran yang dicantumkan sudah jelas. Akan tetapi, ketika barang tersebut datang dan

³⁴ Kristianto Dwi Estijayandono, 'Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3.1 (2019), 58–61 <<https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125>>.

dibuka menjadikan kecewa karena produk yang datang tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum di platform *e-commerce*. Sehingga konsumen menghubungi layanan pelanggan platform *e-commerce* tersebut. Sayangnya, respons yang diterima sangat lambat dan tidak membantu. Pihak penjual menyalahkan dengan mengatakan tidak membaca deskripsi dengan teliti. Hal tersebut menggambarkan dimana situasi *e-commerce* gagal memenuhi prinsip kejujuran, keadilan, dan transparansi. Deskripsi produk yang menyesatkan, pelayanan pelanggan yang buruk, dan proses pengembalian yang tidak adil merupakan masalah-masalah yang merusak kepercayaan konsumen dan reputasi platform *e-commerce* tersebut.

Dengan demikian, konsumen perlu berhati-hati dalam memilih platform di *e-commerce* untuk memastikan pengalaman belanja yang aman dan memuaskan. Konsumen perlu memerhatikan ulasan dan ranting platform dari pengguna lain. Platform dengan banyak ulasan positif dan ranting tinggi cenderung lebih dapat dipercaya. Selain itu, mendapatkan rekomendasi dari orang yang dikenal dan dipercaya bisa menjadi cara baik untuk memastikan platform tersebut dapat diandalkan. Konsumen juga perlu membaca deskripsi platform yang tercantum terlebih dahulu ketika akan membeli produk. Pastikan deskripsi produk yang ditawarkan oleh penjual lengkap dan akurat. Jangan ragu untuk menghubungi penjual jika ada informasi yang kurang jelas. Periksa gambar produk dengan teliti dan jelas untuk memahami kondisi produk. Hal tersebut dapat dilakukan agar terhindar terjadinya produk/barang yang palsu dan tidak sesuai dengan deskripsi. Serta konsumen juga perlu memerhatikan belanja online yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, agar terhindar terjadinya penipuan dan tidak mengandung unsur gharar dalam produk yang dibeli.