

**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PAKAIAN BEKAS  
(CABOK) TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA  
PERSPEKTIF HUKUM ISLAM  
(Studi Kasus di Pasar Karombasan Kota Manado)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh :

**MIRANTI MANGAMBA**

**NIM. 16.1.2.016**

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN)  
MANADO  
1443 H/2021 M**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Miranti Mangamba

Nim : 16.1.2.016

Program : Serjana (S-1)

Institusi : IAIN MANADO

Dengan ini sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya sendiri, kecuali pada bagian dirujuk sumbernya.

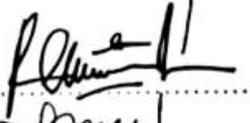
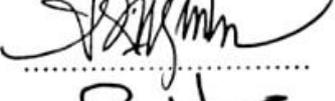
Manado 25 Oktober 2021

  
METERAI  
TEMPEL  
JAEF8AJX416432678  
Miranti Mangamba  
NIM: 16.1.2.016

### PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Pasar Karombasan Kota Manado)". Yang disusun oleh Miranti Mangamba NIM: 16.1.2.016, ini telah diuji dalam Ujian Skripsi pada tanggal 14 Oktober 2021.

Tim Penguji:

- |                               |                      |   |
|-------------------------------|----------------------|---|
| 1. Dr. Ahmad Rajafi., M.HI    | (Ketua Penguji)      |    |
| 2. Rizaldy Pedju., SH., MH    | (Sekertaris Penguji) |   |
| 3. Dr. Suprijati Sarib., M.Si | (Penguji I)          |   |
| 4. Syarifudin., M.Ag          | (Penguji II)         |  |

Manado 25 Oktober 2021

Dekan Fakultas Syari'ah IAIN



  
Dr. Hj. Salma, M.HI

NIP. 196905041994032003

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* tiada kata yang indah selain memanjatkan puji-puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan dan melimpahkan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Persfektif Hukum Islam. (Studi Kasus Di Pasar Karombasan Kota Manado), Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhamad Saw beserta keluarga sahabat, serta pengikutnya yang senantiasa mengharapakan syafaatnya di akhirat nanti.

Penulis skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah tulus ikhlas membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Delmus Puneri Salim, S.Ag., M.A., M.Res., Ph.D, Wakil Rektor I Bidang Akademik & Pengembangan, Dr. Ahmad Rajafi, M.HI, Wakil Rektor II Bidang AUAK, Dr. Radlyah H. Jan, S.E., M.Si, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Musdalifah, Dachrud, S. Ag., M. PSi., M.Si., Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk penulis belajar di IAIN Manado.
2. Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Hj. Salma, M.HI, Wakil Dekan I Bidang Akademik, Dr. Naskur, M.HI, Wakil Dekan II, Dr. Frangky Soleman.,M.HI, Bidang Perencanaan, Keuangan Dan Adminitrasi dan Wakil Dekan III, Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. H. Hasyim Sofyan Lahilote, S.H., M.H., yang telah

memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan studi para Program Sarjana (SI).

3. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah (HES), Dr. Djamila Usup, M.HI., yang selalu memberikan masukan serta motivasi menyelesaikan studi pada Program Sarjana (SI).
4. Civitas Akademika IAIN Manado khususnya Fakultas Syariah yang telah memberikan ilmu, bimbingan, maupun dorongan kepada penulis selama kuliah dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Syariah IAIN Manado.
5. Dosen Penasehat Akademik Penulis, Dr. Naskur, M.HI.
6. Dosen Pembimbing I, Dr. Ahmad Rajafi, M.HI dan Pembimbing II, Rizal Purnomo Pedju, M.H, terima kasih banyak atas bimbingan kalian yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dari awal sampai selesainya skripsi ini.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Manado Dr. Hj. Nenden Herawaty Suleman, S.H., M.H., yang selalu memberikan, membimbing dan motivasi dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana.
8. Dosen Penguji I Dr. Suprijati Sarib, M.Si dan Penguji II Syarifuddin, M.Ag, terima kasih sudah meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan yang membangun untuk penulis.
9. Yang terkasih kedua Orang Tua saya Bapak Halit Mangamba, dan Ibu Suratmin Sandala, yang selalu mencurahkan do'a, dukungan moril dan materil tanpa pamrih serta kasih sayangnya yang tiada tara kepada saya.
10. Yang terkasih Kaka sedarah kaka Fadli Mangamba dan Riadi Mangamba, dan juga kak ipar saya, Ardiana Maletu dan Wahyusun Marapil yang suda membantu saya dalam penyelesaian perkuliahan hingga saat ini, dalam tahap penyusunan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan HES A, Husnul, Ayutira, Sarintan, Fatur, Ikhdar, Fahrul, Yusrin, Anggi, Gian, Retno, Yati, Rosa, terima kasih selama ini sudah memberikan banyak motivasi, membimbing dan rekan dalam berdiskusi untuk saling membagi ilmu, dan segala hal yang dicita-citakan semangat untuk semuanya.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan Semoga pula amal yang mereka sumbangkan mendapatkan keberkahan dan menjadi amal kebaikan di akhirat nanti.

Manado 25 Oktober 2021

Penyusun



Miranti Mangamba

NIM. 16.1.2.016

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TRANSLITERASI.....	ix
ABSTRAK .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1-13</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Definisi Operasional.....	8
D. Penelitian Terdahulu .....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS.....</b>	<b>14-32</b>
A. Strategi Pemasaran .....	14
1. Pengertian Strategi .....	14
2. Pengertian Pemasaran .....	16
3. Strategi Pemasaran Dalam Islam .....	19
4. Peningkatan Pendapatan.....	22
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	24
1. Produc .....	24
2. Price.....	25
3. Place .....	26
4. Promotion.....	26
C. Pakaian Bekas .....	27
1. Pengertian Pakaian Bekas .....	27
2. Ciri-ciri Pakaian Bekas .....	28
3. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Pakaian Bekas .....	29
4. Dampak Negatif Penggunaan Pakaian Bekas .....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33-39</b>
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
C. Instrumen Penelitian.....	33
D. Metode Pendekatan .....	34
E. Sumber Data.....	35
F. Metode Pengumpulan Data .....	35
G. Metode Analisis Data.....	37
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>40-60</b>
A. Sejarah dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	40
B. Strategi Pemasaran Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan .....	41
C. Transaksi Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan Perspektif Hukum Islam .....	45
a. Bauran Pemasaran Pakaian Bekas di Pasar Karombasan .....	51
b. Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Distributor dan Penjual di Pasar Karombasan.....	53
c. Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Penjual Dengan Pembeli di Pasar Karombasan.....	54
d. Pendapat Para Pembeli Pakaian Bekas di Pasar Karombasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60-62</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63-66</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## TRANSLITERASI

1. Transliterasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

### a. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	'
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ḍ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	ṡ	ي	Y
ض	ḍ		

### b. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, harus ditulis secara lengkap, seperti:

احمدية : ditulis *Ah{madiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

**c. Ta' Marbutah di Akhir Kata**

- 1) Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhuriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- 2) Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفطر : ditulis *Zakat al-Fitr*

**d. Vokal Pendek**

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

**e. Vokal Panjang**

- 1) “a” panjang ditulis “a”, “i” panjang ditulis “i”, dan “u” panjang ditulis “u”, masing-masing dengan tanda macron (ˉ) di atasnya.
- 2) Tanda *fathah* + huruf ya’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathah* + wawu mati ditulis “au”.

**f. Vokal-vokal Pendek Berurutan**

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof(‘)

أنتم : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas*

**g. Kata Sandang Alif + Lam**

- 1) Bila diikuti huruf qamariyyah ditulis al-:

الفرقان : ditulis *al-Furqan*

- 2) Bila diikuti huruf Syamsiyyah, maka al- diganti dengan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

**h. Huruf Besar**

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

**i. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat**

- 1) Ditulis kata per kata atau;

2) Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : *Syaikh al-Islam*

تاج الشريعة : *Taj asy - Syari'ah*

التصور الإسلام : *At -Tasawwur al-Islami*

**j. Lain-lain**

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

## ABSTRAK

Nama : Miranti Mangamba

Nim : 16.1.2.016

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam Di Karombasan

---

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam. Masalah utamanya adalah pelaksanaan Penjualan Pakaian Bekas (Cabok) Di Pasar karombasan Kota Manado.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif/analitis. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field reserch*) dilaksanakan di Pasar Karombasan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk dijadikan dalam satu penelitian.

(Menurut Kertajaya) Sebagaimana dikutip (Bukhari Alma) Dan (Donni Juni Priansa), bahwa secara umum pemasaran islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.

Hasil penelitian dalam skripsi ini bahwa para penjual Pakaian bekas dijual pedagang sejak tahun 2009. Awalnya hanya sedikit orang yang menjual, namun seiring berjalannya waktu pedagang pakaian bekas meningkat dari sebelumnya. Sulit juga melakukan transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual pakaian bekas. pakaian bekas yang berasal dari luar negeri, antara lain Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, dan China, tidak memiliki izin atau legalitas resmi.

Pakaian bekas yang di dapat dari beberapa agen ini ada yang terhitung berdasarkan takaran satu karung atau 1 ball besar biasanya terdapat sekitar 100 potong pakaian bekas dengan harga Rp: 3.000.000. Pakaian bekas yang dijual pada pasar karombasan di kota manado ini sangat banyak yang minat, mulai dari pakaian anak-anak sampai pakaian dewasa. Terdiri atas pakaian anak-anak seperti kaos anak laki-laki dan perempuan, kemeja anak laki-laki, sampai gaun anak perempuan, sedangkan pakaian wanita seperti dress, sweater, celana jeans, kaos wanita, rok, celana pendek, kemeja, jaket, dan pakaian untuk pria seperti kameja, kaos, celana jeans, celana pendek dan celana training spak, jas, dan jaket.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Pakaian Bekas (Cabok), Perspektif Hukum Islam*

## ABSTRACT

Name : Miranti Mangamba  
 SRN : 16.1.2.016  
 Faculty : Syariah  
 Study Program : Syariah Economics Law  
 Title : Marketing Strategy of Used Clothing Traders towards  
 Increasing Business Income in Islamic Law Perspective in  
 Karombasan

This thesis discusses the Marketing Strategy of Used Clothing Traders (Cabok) on Increasing Business Income from the Perspective of Islamic Law. The main problem is the implementation of used clothing sales (cabok) in the Karombasan Market in Manado City.

This research uses descriptive/analytical qualitative research method. The type of research used is field research conducted at Karombasan Market. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation.

(According to Kertajaya) As quoted by (Bukhari Alma) and (Donni Juni Priansa), that in general Islamic marketing is a business strategy, which must cover all activities within a company, covering the entire process, creating, offering, exchanging value, from a producer, or a company, or individual, in accordance with Islamic teachings.

The research that used clothing have been sold by traders since 2009. At first there were only a few people who sold them, but over time, used clothing traders increased in numbers. Traders found difficulties doing transactions. Used clothing originated from abroad, including Japan, Korea, Malaysia, Singapore, and China, does not have an official permit or legality.

Used clothes that are obtained from some of these agents are calculated based on the dose of one sack or 1 large ball, usually there are around 100 pieces of used clothes at a price of Rp. 3,000,000. The used clothes sold at the Karombasan Market in Manado City are very much interesting, ranging from children's clothes to adult clothes. Children's clothing ranges from shirts for boys and girls, shirts for boys, to dresses for girls, while women's clothes do from dresses, sweaters, jeans, women's t-shirts, skirts, shorts, shirts, jackets, and clothing for men does shirts, t-shirts, jeans, shorts and training pants, suits, and jackets.

**Keywords:** Marketing Strategy, Used Clothing, Islamic Law Perspective



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Strategi pemasaran adalah merupakan salah satu pendorong dalam mengimplementasikan barang dan jasa, sehingga dalam mencapai sebuah keberhasilan tanpa ada strategi pemasaran maka tidak akan mendapatkan fokus dalam penjualan barang tersebut. sehingga pentingnya strategi pemasaran agar bisa menentukan tujuan yang telah di capai dalam keberhasilan bisnis, apalagi dalam penjualan bisnis penjualan barang bekas termasuk Pakaian (Cabok) di perlukan cara-cara dan perencanaan yang matang dari pembisnis tersebut. sehingga bisa menentukan hasil atau poin-poin dalam pemasaran barang-barang yang di jual belikan sehingga penting memiliki strategi yang baik dan bijaksana dalam menentukan keberhasilan nanti.

Berdasarkan hal tersebut strategi pemasaran merupakan langkah awal dalam menentukan tujuan dan sasaran dalam pemasaran yang utama, dalam perdagangan atau aktivitas barang tersebut. sehingga di lakukan strategi tersebut agar aktivitas jual beli barang ini juga berfokus pada produk yang akan di perjual belikan dan bisa mendapatkan keuntungan mempromosikan barang tersebut.

Strategi pemasaran yang baik membantu perusahaan untuk bisa mengidentifikasi pelanggan dan juga membantu memahami kebutuhan konsumen dalam mempromosikan barang atau jasa sehingga akan menghasilkan keuntungan dalam produk dalam hal ini pakaian bekas (cabok).

Sesuai dengan strategi pemasaran maka dalam hal ini di implementasikan di pasar karombasan untuk melihat peningkatan dan pendapatan yang terjadi antara distributor dan konsumen sehingga barang tersebut layak menghasilkan keuntungan. Di dalam dunia bisnis, pendapatan merupakan total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output. Pertumbuhan pendapatan secara konsisten, serta pertumbuhan keuntungan dianggap penting bagi suatu usaha termasuk produksi barang. Tanpa ada pendapatan mustahil terdapat penghasilan.

Dalam konsep pendapatan, pendapatan merupakan unsur paling penting dalam sebuah perusahaan maupun dalam suatu lembaga keuangan karena pendapatan akan menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan dengan menggunakan segala sumber yang ada dalam perusahaan maupun lembaga keuangan seefisien mungkin.<sup>1</sup>

Berbicara terkait sektor perdagangan, maka kita tidak dapat lepas dari komunitas pedagang sebagai pelakunya, yang salah satunya lebih dikenal dengan sebutan Pedagang Pakaian bekas di pasar, yaitu dengan berjualan di pasar karombasan atau ditempat umum lainnya. Pedagang pakain bekas (cabok) juga termasuk dalam sektor usaha mikro kecil menengah. Sektor informal merupakan unit usaha kecil maka modal yang diperlukan juga kecil bahkan sistem pengolahannya juga sederhana. Sulitnya lapangan pekerjaan membuat masyarakat berusaha untuk terus memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat dituntut untuk lebih mengembangkan kemampuan atau potensi yang ada pada diri sendiri maupun yang berada di wilayah masing-masing sehingga kebutuhan mereka terpenuhi.

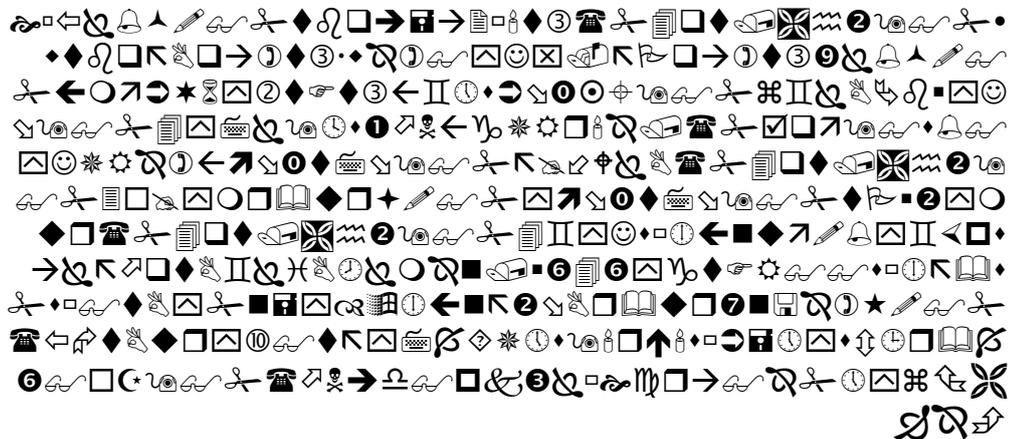
Dan begitu juga dalam pandangan Islam, Islam memberikan ajaran kepada manusia selain untuk beribadah, juga mengajarkan untuk melakukan sesuatu hal yang berkaitan dengan hubungan sesama manusia. Islam mengatur hubungan kuat antara akhlak, akidah, ibadah, dan muamalah. Aspek muamalah merupakan aturan bagi manusia dalam menjalankan kehidupan sosial, sekaligus merupakan dasar untuk membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam dan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku di negara. Ajaran muamalah akan menahan manusia dari menghalalkan segala cara untuk mencari rezeki.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: Rajawali Press, 2011), 169.

<sup>2</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid I* (Jakarta: Kencana, 2009), 8.

Di dalam Al-qur'an dijelaskan dalam QSAI-baqarah/2:275



Terjemahnya:

Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>3</sup>

Aspek yang terpenting dalam muamalah dalam kehidupan sosial masyarakat adalah menyangkut dengan jual beli. Jual beli pada dasarnya dibolehkan oleh ajaran Islam.<sup>5</sup> Kebolehan ini didasarkan kepada firman Allah dalam Suratsebagai berikut:

QSAAn-Nisa/4: 29



Terjemahnya :

<sup>3</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*(Bandung, PT Cordoba Internasional, Indonesia, 2016), 89.

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu. membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>4</sup>

Maksud dari ayat di atas mengindikasikan bahwa Allah SWT melarang kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara bathil, konteks ini memiliki arti yang sangat luas yakni melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara' seperti halnya berbasis riba, bersifat spekulatif (maysir/judi) atau mengandung unsur garar, selain itu ayat ini juga memberikan pemahaman bahwa dalam setiap transaksi yang di laksanakan harus memperhatikan unsur kerelaan bagi semua pihak.<sup>5</sup>

Berdasarkan surat yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, melalui siaran pers bahwasanya: Direktorat Jendral Standardisasi dan Perlindungan Konsumen Kemendag telah melakukan pengujian terhadap 25 contoh pakaian bekas yang beredar di pasar. Contoh diambil di Pasar Senen Jakarta terdiri atas beberapa jenis pakaian yaitu : pakaian anak (jaket), pakaian wanita (vest, baju hangat, dress, rok, atasan, hot pants, celana pendek), pakaian pria (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, t-shirt, kaos, sweater, kemeja, boxer, celana dalam).

Pengujian dilakukan terhadap beberapa jenis mikroorganisme yang dapat bertahan hidup pada pakaian yaitu bakteri *Staphylococcus aureus* (*S. aureus*), bakteri *Escherichia coli* (*E. coli*), dan jamur (kapang atau khamir), berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, ditemukan sejumlah koloni bakteri dan jamur yang ditunjukkan oleh parameter pengujian Angka Lempeng Total (ALT) dan kapangpada semua contoh pakaian bekas yang nilainya cukup tinggi. "Kandungan mikrobapada pakaian bekas memiliki nilai total mikroba(ALT) sebesar 216.000 koloni/g dan kapang sebesar 36.000 koloni/g," .Cemaran bakteri dan kapang dapat menyebabkan gangguan beragam kesehatan.

---

<sup>4</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002), 179.

<sup>5</sup> Dimyauddin Djuwaini *Pengantar Fiqh Muamalah*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 70.

Bakteri *Staphylococcus aureus* dapat menyebabkan bisul, jerawat, dan infeksi luka pada kulit manusia. Sementara bakteri *Escherichia coli* menimbulkan gangguan pencernaan (diare), serta jenis jamur seperti kapang (*Aspergillus sp*) dan khamir (*Candida sp*) dapat menyebabkan gatal-gatal, alergi bahkan infeksi pada saluran kelamin. Hal ini dikarenakan nilai parameter angka lempeng total (ALT) hasil pengujian menunjukkan total jumlah koloni bakteri dan jamur pada contoh, akan tetapi pada contoh tersebut masih terdapat bakteri dan jamur kapang yang lain, dimana belum teridentifikasi yang kemungkinan bersifat patogen.<sup>6</sup>

Ketidaktahuan masyarakat dalam hal ini tentang bahaya yang ditimbulkan oleh pakaian bekas dikarenakan kurangnya pemahaman dan informasi pada masyarakat. Karena jika dilihat sekilas dengan mata kita tidak akan bisa melihat bakteri yang ada dalam pakaian tersebut, karena bakteri dalam pakaian bekas hanya dapat dilihat melalui penelitian di laboratorium.

Di pasar karombasan sering dilakukan dan berpusat di sebuah pasar yang sering disebut dengan pasar pinasungkulan yaitu di pasar karombasan. Pasar Pinasungkulan terdapat beberapa penjual pakaian bekas yaitu 5 penjual dan 1 agen yang melakukan transaksi pakaian bekas. Menurut pengamatan yang terjadi pada praktik dalam pakaian bekas di pasar karombasan pinasungkulan penjual membeli pakaian bekas tersebut kepada agen dengan cara pemesanan melalui via telepon, kemudian keadaan baju atau pakaian bekas berada di dalam karung (ball) yang diikat menggunakan tali, sehingga penjual tidak bisa memeriksa atau mengetahui kecacatan dan kerusakan dari barang tersebut.

Setelah transaksi selesai, penjual memeriksa pakaian yang berada dalam karung (ball) untuk memisahkan beberapa pakaian yang rusak atau cacat sedangkan praktik transaksi antara penjual ke masyarakat transaksi jual belinya seperti biasa yang terjadi dalam masyarakat atau pada pasar-pasar pada umumnya.

Praktik pakaian bekas antara penjual dengan pembeli dilakukan dengan cara sistem eceran. Dan setiap masuknya pakaian bekas pada hari sabtu dengan

---

<sup>6</sup><http://mysharing.co/banyak-mengandung-bakteri-jangan-beli-pakaian-impor-bekas/>, Diakses pada tanggal 25 November 2020, 15-32 Wib.

harga yang berlaku dari sabtu sampai selasa menjual pakaian bekas dengan harga diatas (Rp: 50.000) lima puluh ribu rupiah, (Rp: 25.000) dua puluh lima ribu rupiah dan (Rp: 20.000) dua puluh ribu rupiah untuk harga jual perpicias yang berlaku hari itu. Setelah penjual dapat mengembalikan harga dasar, penjual menurunkan harga setelah tiga hari masuknya pakaian bekas (cabok), harga akan turun menjadi harga (Rp: 10.000) sepuluh ribu rupiah sampai (Rp: 1.000) seribu rupiah/potong. Cara masyarakat membeli pakaian bekas di pasar karombasan dengan cara di pilih dan di periksa kelayakan pakaian tersebut.

Meski Peraturan Menteri Perdagangan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2015 Tentang Perdagangan, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas yang terdapat dalam Pasal 2, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 48/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Ketentuan Umum di Bidang Impor. Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas telah jelas dibuat, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa pakaian bekas ini termasuk dalam kategori barang yang ilegal, hal ini disebabkan karena kurangnya informasi yang diterima masyarakat, dan tidak adanya tindakan dari pemerintah mengenai praktik jual beli pakaian bekas yang masih beredar sampai saat ini.

Kemudian kebanyakan masyarakat juga tidak mempedulikan mengenai dampak negative yang dihasilkan melalui penggunaan pakaian bekas tersebut. Para pembeli seakan terbius oleh murahanya harga yang ditawarkan oleh para penjual dan bagusnya kualitas dari pakaian bekas tersebut yang malah menjadikan harga diri bangsa menjadi rendah dimata negara lain.

Para ulama kemudian menyimpulkan satu konsep *fiqhiyah* yang menegaskan pelarangan bagi para pelaku pasar untuk mempraktikan sejumlah transaksi berikut:

Transaksi *riba, gharar*, dan *maysir* : Dalam perspektif para sarjana muslim kontemporer infrastruktur perekonomian islam harus berdiri di atas perekonomian tanpa bunga. oleh sebab itu transaksi yang dijalankan dalam kerja dan bisnis (kontrak/akad) mengacu kepada konsep-konsep fiqh muamalah yang sudah dikonvergensi dengan sistem ekonomi dan keuangan modern. substansi dari

pelarangan riba adalah untuk mengantisipasi adanya tindakan-tindakan eksploitatif terhadap mereka yang lebih lemah/kecil dalam mekanisme kerja dan bisnis.<sup>7</sup>

Sudah tertulis jelas dalam Undang-undang No.7 tahun 2014 Tentang Perdagangan pasal 47 (1) bahwa: setiap importir wajib mengimpor barang dalam keadaan baru. Namun kenyataan yang ada saat ini mengapa masih banyak dijumpai para penjual pakaian impor bekas, padahal untuk sanksinya sudah ada dalam Undang- undang yang sama yakni setiap penjual barang impor bekas akan dipidana selama 5 tahun atau denda administrasi sebesar (Rp: 5.000.000.000). Tidak hanya hukum positif saja yang menjelaskan tentang larangan ini, jika ditinjau dari hukum Islam pakaian impor bekas yang dilihat dari dzatnya dibolehkan namun jika cara masuknya saja sudah melanggar peraturan atau dengan cara yang bathil itu sama saja di anggap haram.

Konsep halal dan haram sangatlah jelas dalam mekanisme bisnis transaksi di pasar. Secara umum aturan halal dan haram kontrak komersial atau bisnis diatur dalam firman Allah SWT.

QSAI-baqarah/2: 188



Terjemahnya:

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.<sup>8</sup>

Diantara ketentuan tersebut yaitu anjuran agar setiap transaksi dalam muamalah dilakukan secara suka sama suka. Rasulullah bersabda dalam sebuah hadis:

<sup>7</sup>Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam* (Kencana, 2006), 174-176.

<sup>8</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung, PT Cordoba Internasional, Indonesia, 2016), 146.

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟  
قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رَوَاهُ الْبَزَّازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ)<sup>9</sup>

Artinya:

Dari Rifa'ah bin Rafi', radhiyaallahu'anhu, bahwasanya Nabi SAW. pernah ditanya, "pekerjaan apa yang paling baik?" Beliau menjawab, "pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik. (HR Al-Bazzar dan dianggap Shahih menurut Hakim).

Berdasarkan uraian latar belakang skripsi diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Dalam Perspektif Hukum Islam ( Studi Kasus di Pasar Karombasan Kota Manado).

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memfokuskan pembahasan dalam penelitian yang akan penulis laksanakan, maka penulis terlebih dahulu membuat batasan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran para pedagang pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan telah memenuhi ketentuan hukum islam?
2. Bagaimana transaksi perdagangan perspektif hukum islam tentang pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan?

## C. Definisi Operasional

Dalam penulisan karya ilmiah ini perlu diangkat hal-hal yang menyangkut pemaknaan kata dari judul skripsi agar mudah dipahami, maka penulis mencoba mengurai pengertian judul sebagai berikut :

Dari uraian di atas maka peneliti memaknai atau memahami beberapa pandangan dari beberapa tokoh-tokoh yang menyangkut judul yang diteliti dalam skripsi ini. Strategi penjualan dalam menjual pakaian bekas yaitu salah satu pencapaian poin atau hasil (pendapatan), sehingga tujuan dalam melaksanakan

---

<sup>9</sup> Ahmad bin Muhammad bin Hambal, *Musnad Imam Ahmad bin Hambal*, Juz XXVIII (Muassasah al-Risalah 1421 H /2001 M), 502.

penjualan bisa tercapai. Sehingga dari strategi pemasaran menentukan adanya kebutuhan hidup penjual dan pembeli agar transaksi terjalin sesuai kesepakatan yang ada.

Namun pemasaran seperti ini mengajak para penjual atau pembeli barang bekas atau (pakain cabok) agar lebih menciptakan dan meningkatkan komunikasi, interaksi antara penjual dan pembeli dalam hal ini mempromosikan barang tersebut dan lebih mengara terhadap pandangan atau nilai-nilai barang yang nantinya akan di promosikan melalui lokasi pemasaran yang ada, termasuk di pasar karombasan.

Namun beberapa barang yang di produksi untuk di gunakan dalam kebutuhan tersebut, sehingga barang yang di gunakan ini terlebih dahulu di gunakan oleh orang lain, namun sebelumnya penjual barang menjual pakaian bekas (cabok) tersebut di sortir kembali agar tidak mengakibatkan dampak yang ada bagi peminat atau pembeli pakaian bekas yang nantinya di gunakan atau dipakai dalam kebutuhan merekasetiap hari. dan oleh sebab itu pertukaran barang/jaza dalam pandangan hukum islam diatur melalui peraturan yang mengatur semua aspek kehidupan umat Islam, baik dari segi hukum Negara, hukum agama dan hukum adat.

Dari tiga pandangan hukum tersebut, menganjurkan pertukaran barang/Jaza sesuai dengan aturan dan perundang-undangan yang berlaku saat ini. sehingga produksi barang tersebut dijamin dan terjaga dalam aspek hukum tersebut. walaupun barang bekas namun masih bisa di manfaatkan atau di gunakan melalui segi kualitas, dan ketahanan, barang tesebut seperti pakaian bekas (cabok).

#### **D. Penelitian Terdahulu**

1. Skripsi Pratiwi Astututi Kasim (2020)<sup>10</sup> yang berjudul “Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Pada Masyarakat Muslim Dalam Perspektif Hukum Islam” Studi Kasus di Desa Ongkaw Tiga Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa pelaksanaan Pakaian bekas banyak di jual di pasar-pasar selaku penjual/pegecer yang telah berjualan pakaian bekas di pasar-pasar sejak tahun 1997, ia memasok pakaian bekas tersebut dari Agen yang berada di Bitung tepatnya di Desa Madidir. “saya membeli pakaian bekas tersebut dengan cara di pesan melalui via telepon atau sms dengan kode barang yang telah saya berikan kepada agen, sebagai contoh seperti pakaian bekas jenis Monkey dengan kode TS2I itu adalah kode baju untuk laki-laki, setelah saya memberikan kodenya kemudian uangnya saya transfer dan barangnya mereka kirim dengan kendaraan trek sampai ke rumah saya”. Pakaian bekas tersebut di kemas dalam karung yang diikat dengan seutas tali, dalam melakukan transaksi ia tidak bisa memeriksa barang atau pakaian bekas tersebut, nanti setelah transaksi barulah ia bisa memeriksa dan memilih pakaian yang cacat kemudian di pisahkan “tidak sedikit juga saya menemukan pakaian yang tidak layak jual atau cacat, kadang pakaian tersebut sudah sobek dan sangat bernoda, pakaian-pakaian yang seperti itu tidak bisa dijual lagi dan saya lebih memilih untuk membuangnya”. Sedangkan pelaksanaan praktik jual beli pakaian bekas per ball antara penjual/pegecer dan agen yaitu mengandung unsur *gharar* dimana pedagang di pasar pinasungkulan ongkaw tiga ketika memesan ke agen tidak dapat mengetahui kualitas barang dan jumlah barang yang terdapat di dalam karung pakaian bekas yang dipesan. Aspek pembedaanya penulis mengadakan penelitian di Pasar Karombasan Kota Manado dan penjualan pakaian bekas yang peneliti temui tidak mengandung unsure *gharar*, Persamaanya adalah tentang pakain bekas.

---

<sup>10</sup>Pratiwi Astututi Kasi, Mahasiswi Fakultas Syariah, Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Manado (Manado, Lulusan Tahun 2020).

2. Skripsi Yurnani (2015)<sup>11</sup> yang berjudul “Dampak Penjualan Pakaian Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Di Pasar Senapelan Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Islam” dalam penelitian ini menyatakan bahwa pelaksanaan Pakaian bekas banyak diperjualbelikan di pasar-pasar, salah satunya pasar Senapelan Pekanbaru. Karena dampak positif pakaian bekas yang dapat mempengaruhi masyarakat, dengan menjual pakaian bekas pedagang mengalami keuntungan yang terkadang hampir dua kali lipat dari modal dan pembeli memperoleh kebutuhannya dengan harga murah, terjangkau dan berkualitas tinggi. Pedagang penjualan baju bekas di Pasar Senapelan lebih kurang 6 tahun yang lalu, tidak ada seorangpun pembeli yang berkomentar tentang bakteri atau virus di baju bekas yang mereka beli. Dan kondisi ekonomi pedagang sejak penjualan pakaian bekas dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan menyekolahkan anak-anak mereka hingga perguruan tinggi. Aspek pembedaanya penulis mengadakan penelitian di Pasar Karombasan Kota Manado dan penjualan pakaian bekas yang peneliti temui tidak mengalami keuntungan 2 kali lipat.
3. Skripsi Louisia Wisnuwardhani (2015)<sup>12</sup> yang berjudul “Upaya peningkatan penjualan baju bekas melalui media facebook” dalam penelitian ini menyatakan bahwa Era globalisasi membawa pengaruh positif bagi perkembangan bisnis. Facebook adalah jejaring sosial yang mempunyai banyak pengguna, sehingga dapat membentuk suatu forum timbal balik dalam membahas suatu produk, dari sini dapat terbentuk pasar untuk saling share produk satu sama lain. Masa sekarang adalah masa dimana mobilitas masyarakat semakin tinggi, dengan adanya pemasaran melalui jejaring sosial maka akan membuat masyarakat lebih mudah dalam berbelanja. Aspek pembedaanya penulis melakukan penelitian di salah satu Pasar

---

<sup>11</sup>Yurnani Mahasiswi Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (Riau, Lulusan Tahun 2015).

<sup>12</sup>Louisia Wisnuwardhani Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya (Malang, Lulusan Tahun 2015).

Karombasan Kota Manado, Persamaanya adalah menjual pakaian bekas melalui media facebook.

4. Skripsi Istianah (2015)<sup>13</sup> yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pakaian Bekas di Pasar Beringharjo Yogyakarta” dalam penelitian ini menyatakan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis yang dilakukan penyusunan menggunakan pendekatan normatif hukum islam sebagaimana yang ada dalam pembahasan sebelumnya mengenai *gharar* praktik jual beli pakaian bekas di Pasar Beringharjo dengan menggunakan sistem borongan tidak sesuai dengan ketentuan hukum islam khususnya dalam bidang muamalah, karena adanya ketidakjelasan pakaian bekas yang diperjualbelikan, mendorong adanya spekulasi dan masuk dalam unsur penipuan. Aspek pembedaannya penulis melakukan penelitian penjualan pakaian bekas di Pasar Karombasan tidak di temui gaharar atau menggunakan sistem borong tidak sesuai dengan ketentuan hukum islam.

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah serta rumusan masalah yang tertera di atas maka tujuan penelitian ini tidak lain adalah untuk mencari jawaban ilmiah atas masalah-masalah yang akan diteliti. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini tidak lain adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran para pedagang pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan telah memenuhi ketentuan hukum islam.
2. Untuk mengetahui transaksi perdagangan perspektif hukum islam tentang pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang di lakukan oleh para pedagang pakaian bekas (cabok) terhadappeningkatkan pendapatan

---

<sup>13</sup> Istianah Mahasiswa, *Fakultas Syariah dan Hukum* (Yogyakarta, Lulusan Tahun 2015).

usaha perspektif hukum islam di pasar karombasan . Adapun kegunaan yang dapat di peroleh sebagai penelitian ini dapat di uraikan sebagai berikut :

1) Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan menemukan konsep baru dalam strategi pemasaran islami terutama dalam pemilihan lokasi. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan memberikan masukan bagi masyarakat.

2) Kegunaan Praktis

- a) Bagi penulis hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan oleh para pedagang pakaian bekas (cabok) terhadap peningkatan pendapatan usaha perspektif hukum islam di pasar karombasan.
- b) Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan referensi atau informasi dalam mendukung penelitian selanjutnya mengenai strategi pemasaran pedagang pakaian bekas (cabok) terhadap peningkatan pendapatan usaha perspektif hukum islam di pasar karombasan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Pemasaran

##### 1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Menurut Jain setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut:

- 1) Sumber daya yang dimiliki terbatas
- 2) Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi
- 3) Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi
- 4) Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu
- 5) Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.<sup>14</sup>

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan”.<sup>15</sup>

Sebagaimana dalam bisnis merupakan kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Setiap harinya jutaan umat manusia melakukan kegiatan bisnis ada yang sebagai produsen, distributor maupun konsumen. Bisnis menurut Hughes dan

<sup>14</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2008), 3.

<sup>15</sup>Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 16.

Kapoor ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>16</sup>

Untuk memulai bisnis seorang pedagang atau wirausahawan perlu memikirkan secara matang hal-hal apa saja yang akan dan perlu dilakukan. Manajemen adalah ilmu tentang perencanaan, pengontrolan dalam rangka sebuah tujuan yang efektif dan efisien.<sup>17</sup>

Menurut Sondang P. Siagian strategi adalah cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia sesuai tuntutan. Menurut Handito Joewono strategi adalah sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan dan mencapai tujuan.<sup>18</sup>

Perencanaan yang matang dan strategi yang baik merupakan langkah awal agar terciptanya bisnis yang baik dan mampu bersaing ditengah gencarnya persaingan bisnis saat ini. Untuk memperoleh hasil yang maksimal wirausahaan perlu mengetahui bagaimana cara menjalankan bisnis dengan baik, diantaranya:<sup>19</sup>

- 1) Ketrampilan melihat peluang usaha yang ada disekitar
- 2) Kesiediaan dan keberanian menanggung risiko bisnis yang mungkin terjadi
- 3) Pemahaman dasar tentang model bisnis, harus tahu bagaimana model bisnis kita agar dapat menjalankan dengan baik.
- 4) Aktif menjaga reputasi bisnis yang telah berjalan
- 5) Mengembangkan jaringan sebagai pendukung kelangsungan bisnis

Syariah Islam telah mengatur dan membimbing manusia di seluruh aspek kehidupan. Termasuk kaitannya dalam hal bisnis, karena pada dasarnya bisnis

---

<sup>16</sup>Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*(Bandung: ALFABETA, 2009), 115.

<sup>17</sup>Najamuddin Muhammad, *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Entrepreneur* (Jogjakarta: DIVA Press, 2013), 81.

<sup>18</sup>Handito Joewono, *Strategy Management*(Jakarta: Arrbey, 2012),3.

<sup>19</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 294-295.

bagian dari aspek kehidupan manusia maka tentunya telah diatur dalam koridor syariah.

Konsep bisnis berdasarkan syariah seyogyanya diimplementasikan dengan usaha-usaha yang kaffah (menyeluruh/komprehensif) dan ihsan (professional dan bijaksana), mengupayakan keseimbangan antara nilai-nilai keduniaan dan ukhrowi atau akhirat, selain itu harus menghindari perilaku menzalimi. Tujuannya adalah tercapainya al-falaah (keberhasilan, kesuksesan dan kemenangan), mampu bersaing dan hayatan thayyiban (kehidupan yang baik, maslahat, dan sejahtera) bagi seluruh lingkungannya.<sup>20</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler yang menyatakan bahwa “pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain”.<sup>21</sup>

Definisi pemasaran menurut Vankatesh dan Penaloza yang menyatakan bahwa “pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan”<sup>22</sup>

Hermawan Kartajaya mendefinisikan pemasaran dalam perspektif syariah yang merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada para pemegang sahamnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalat (bisnis) dalam Islam. Lebih lanjut ia menyatakan bahwa pemasaran syariah terdiri atas beberapa prinsip antaralain:

- a. Teistis (*Rabbaniyah*)

---

<sup>20</sup> Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 116-118.

<sup>21</sup> Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran* (Edisi Tiga Belas, Bahasa Indonesia Jilid I dan 2, Jakarta: Erlangga, 2010), 265

<sup>22</sup> A. Venkatesh, *Marketing Pemasaran* (Edisi 12, PT Indek, Jakarta, 2007), 89.

Prinsip teistis merupakan prinsip ketuhanan yaitu suatu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak gerik manusia selalu berada dibawah pengawasan ilahi, oleh sebab itu semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, menjalankan apa yang diperintahkan dan menjauhi segala apa yang dilarang oleh Allah SWT seperti perbuatan maysir, gharar, dan riba.

b. Etis (Akhlaqiyah)

Keistimewaan lain dari pemasaran syariah selain karena teistis (rabbaniyah), juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya. Ada Sembilan akhlak pemarkas yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:

- 1) Memiliki kepribadian spiritual (Taqwa)
- 2) Berperilaku baik dan simpatiq (Shidq)
- 3) Berlaku adil dalam bisnis (Al-'Adl)
- 4) Bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah)
- 5) Menepati janji dan tidak curang
- 6) Jujur dan terpercaya (Amanah)
- 7) Tidak suka berburuk sangka (Su'udzhan)
- 8) Tidak menjelek-jelekan (Ghibbah)
- 9) Tidak melakukan sogok (Risywah)

c. Realistis (*Al-Waqiliyah*)

Prinsip realistis artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku, dan warna kulit.

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Pengertian humanistis (*al-insaniyyah*) adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaanya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dengan memiliki nilai humanistis ia menjadi manusia yang

terkontrol dan seimbang, bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.<sup>23</sup>

Dalam penetapan ke untungan (harga) Rasulullah saw menolak untuk melakukan intervensi harga, dengan asumsi bahwa Allah-lah yang mengatur semua harga barang, sehingga tidak seorangpun manusia berhak mengatur harga barang.<sup>24</sup>Keengganan Rasulullah saw untuk mengatur harga barang juga berkaitan dengan konsep rizki Allah swt yang diberikan kepada setiap manusia. Dalam hal ini masalah rizki manusia merupakan hak prerogatif Allah swt. yang tidak seorangpun mampu memaksakan danmengaturinya.

Demikian juga ketika seseorang melakukan perniagaan, tidak seorangpun boleh menetapkan harga diluar kesepakatan penjual dan pembeli, karena penetapan harga tertentu sama artinya dengan membatasi rizki seseorang yang menjadi hak prerogative Allah Swt, Sebagaimana di sebutkan dalam firman Allah Swt sebagai berikut:

QS Al-Imran/3: 37



Terjemahnya:

Maka Tuhannya menerimanya (sebagai nazar) dengan penerimaan yang baik, dan mendidiknya dengan pendidikan yang baik dan Allah menjadikan Zakariya pemeliharanya. Setiap Zakariya masuk untuk menemui Maryam di mihrab, ia dapat makanan di sisinya. Zakariya berkata: "Hai Maryam dari mana kamu memperoleh (makanan) ini?"

<sup>23</sup>Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 28.

<sup>24</sup> Misbahul Munir, *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah*(Malang: UIN Malang Press, 2007), 94.

Maryam menjawab: "Makanan itu dari sisi Allah". Sesungguhnya Allah memberi rezeki kepada siapa yang dikehendaknya tanpa hisab.<sup>25</sup>

### 3. Strategi Pemasaran Dalam Bisnis

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Oleh karena itu, penerima strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Disamping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan atau kondisi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang.

Sementara itu, menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir sula strategi dalam pemasaran syariah terdapat beberapa konsep yang harusdijalankan, diantaranya adalah:

1. Syariah Marketing Strategy untuk memenangkan mind-share, dapat dilakukan dengan pemetaan pasar berdasarkan pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif dan situasi persaingan. Dapat dilihat bahwa pasar rasional atau pasar mengambang merupakan pasar yang sangat besar.

---

<sup>25</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002), 178.

Pasar pebisnis harus dapat membidik pasar rasional yang sangat potensial tersebut. Setelah itu mereka perlu melakukan positioning sebagai perusahaan yang mampu meraih mind-share.

2. *Syariah Marketing Tactic*, untuk memenangkan *market-share*. Ketika positioning bisnis syariah di benak pasar rasional telah kuat, mereka harus melakukan diferensiasi yang mencakup apa yang ditawarkan (*content*), bagaimana menawarkan (*context*), dan apa infrastruktur dalam menawarkannya. Langkah selanjutnya para marketer perlu menerapkan diferensiasi secara kreatif dan inovatif dengan menggunakan *marketing mix (product, price, place and promotion)*. Hal-hal yang perlu dipersiapkan juga, bagaimana pebisnis melakukan *selling* dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan sehingga mampu menghasilkan keuntungan finansial.
3. *Syariah Marketing Value*, untuk memenangkan *heart-share* (kecintaan pelanggan terhadap produk). Terakhir, semua strategi dan taktik yang sudah dirancang akan berjalan dengan optimal bila disertai dengan peningkatan *value* dari produk dan jasa yang dijual. Peningkatan *value* disini berarti bagaimana kita mampu membangun *brand* yang kuat, memberikan *service* yang membuat pelanggan loyal, dan mampu menjalankan proses yang sesuai dengan kepuasan pelanggan. Dalam *Syariah marketing value*, brand merupakan nama baik yang menjadi identitas seseorang atau perusahaan. Contohnya Nabi Muhammad Saw yang terakam kuat dipikiran semua orang bahwa beliau adalah seorang *Al-Amin*. *Brand* itu telah menjadikan Nabi Muhammad lebih mudah untuk mengkomunikasikan produknya karena semua orang telah mempercayai semua kata-katanya.
4. *Syariah Marketing Scorecard*, untuk menciptakan keseimbangan *value* kepada para *stake holders*. Tiga *stake holders* utama dari sebuah perusahaan adalah *people, customers, dan shareholders*. Ketiga *stakeholders* tersebut sangat penting karena mereka sangat berperan dalam menjalankan suatu usaha.

5. *Syariah Marketing Enterprise*, untuk menciptakan sebuah inspirasi. Setiap perusahaan layaknya manusia, haruslah mempunyai mimpi. Inspirasi tentang impian yang hendak dicapai inilah yang akan membimbing manusia dan juga perusahaan sepanjang perjalanannya. Sebuah perusahaan harus mampu menggabungkan antara idealism dan pragmatisme. Perusahaan harus mampu idealistik dan sekaligus pragmatis dan mampu mengimplementasikan kedua hal ini sekaligus secara simultan tanpa adanya *trade-off*.<sup>26</sup>

Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis.<sup>27</sup> Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam melakukan etika bisnis pemasaran islami. Terdapat ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika dalam pemasaran menurut Islam, yaitu :

- 1) Memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa) sehingga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk menolong sesama. Pemasaran dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah dan bukan sebaliknya.
- 2) Berlaku adil dalam berbisnis (adil). Sikap adil akan mendekatkan pelakunya pada nilai ketakwaan.

---

<sup>26</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 165-169.

<sup>27</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Raktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2010), 340.

- 3) Berkpribadian baik dan simpatik serta menghargai hak dan milik orang lain secara benar. Sikap simpatik dan menghargai hak orang lain akan membuat orang lain bahagia dan senang. Islam melarang seseorang mengambil hak orang lain secara batil, tidak baik dan tidak simpatik.
- 4) Melayani nasabah dengan rendah hati (Khidmah). Rendah hati dan perilaku lemah lembut sangat dianjurkan dalam islam.
- 5) Selalu menepati janji dan tidak curang dalam pemasaran termasuk dalam penentuan kuantitas barang dan jasa.
- 6) Jujur dan terpercaya (amanah), tidak menukar barang yang baik dengan yang buruk. Ketika seorang tenaga pemasaran mengiklankan barangnya tidak boleh lebih-lebihkan atau mengiklankan barang bagus padahal kenyataannya tidak demikian.
- 7) Tidak suka berburuk sangka dan tidak suka menjelek-jelekkkan barang dagangan atau milik orang lain.
- 8) Tidak melakukan suap (Risywah). Melakukan suap menyuap dilarang dalam islam.
- 9) Segala bentuk aktivitas ekonomi, termasuk aktivitas pemasaran. Harus memberikan manfaat kepada banyak pihak, tidak hanya untuk individu atau kelompok tertentu saja.
- 10) Saling bekerja sama dengan tujuan untuk dapat saling memberikan manfaat menuju kesejahteraan bersama.<sup>28</sup>

#### **4. Peningkatan Pendapatan**

Pendapatan adalah total penerimaan yang dimiliki suatu unit usaha yang diperoleh dari hasil penjualan output.<sup>29</sup> Dalam kamus besar bahasa indonesia arti dari pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya yang digunakan untuk kebutuhan makan, tempat tinggal, pajak dan sebagainya.<sup>30</sup> Menurut Nafarin

---

<sup>28</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* ( Jakarta: Raja Grafindo, 2007), 168-169.

<sup>29</sup> John J. Wild, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 311.

<sup>30</sup> Tim Penyusun, *Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 551.

pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam satu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.<sup>31</sup>

Pendapatan atau juga disebut income dari seorang warga masyarakat adalah hasil penjualannya dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya pada sektor produksi. Dan sektor produksi ini membeli faktor-faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dipasar faktor produksi dengan harga yang berlaku dipasar faktor produksi. Harga faktor produksi dipasar faktor produksi (seperti halnya juga untuk barang-barang dipasar barang) ditentukan oleh tarik menarik, antara penawaran dan permintaan.<sup>32</sup>

Pendapatan terbagi dalam enam kategori yakni:

1. Upah atau gaji adalah balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dalam hubungan kerja dengan orang atau instansi lain (sebagai karyawan yang dibayar).
2. Laba usaha sendiri adalah balas karya untuk pekerjaan yang dilakukan sebagai pengusaha, yaitu mengorganisir produksi, mengambil keputusan tentang kombinasi faktor produksi serta menanggung resikonya sendiri entah sebagai petani, buruh, maupun pedagang dan sebagainya.
3. Laba Perusahaan (Perseroan) adalah laba yang diterima atau diperoleh perusahaan yang berbentuk atau badan hukum.
4. Sewa adalah jasa yang diterima oleh pemilik atas penggunaan hartanya seperti tanah, rumah atau barang-barang tahan lama.
5. Penghasilan campuran (Mixed Income) adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti: petani, tukang, warungan, pengusaha kecil, dan sebagainya disebut bukan laba, melainkan terdiri dari berbagai kombinasi unsur-unsur pendapatan :
  - a. Sebagian merupakan upah untuk tenaga kerja sendiri
  - b. Sebagian berupa sewa untuk tanah/ alat produksi yang dimiliki sendiri
  - c. Sebagian merupakan bunga atas modalnya sendiri

---

<sup>31</sup> Nafarin, *Pengangguran Perekonomian Edisi Ketiga* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 15.

<sup>32</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1994), 64.

- d. Sisanya berupa laba untuk usaha sendiri
- e. Bunga adalah balas jasa untuk pemakaian faktor produksi uang. Besarnya balas jasa ini biasanya dihitung sebagai persen ( % )dari modal dan disebut tingkat atau dasar bunga (rate off).<sup>33</sup>

## B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

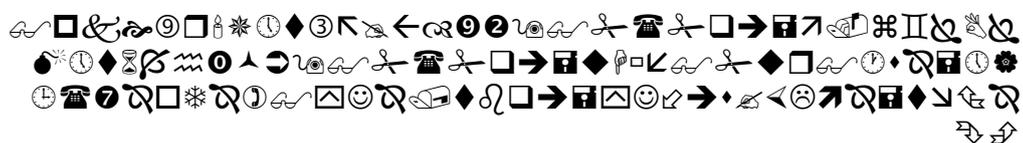
Bauran pemasaran adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Kegiatan utama pemasaran atau juga disebut sebagai bauran pemasaran adalah perangkat perusahaan yang terdiri dari 4 (empat) prinsip yaitu produk, harga, promosi, tempat atau distribusi. Adapun penjelasan keempat prinsip tersebut adalah:

### a. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada produsen untuk mendapatkan perhatian dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan dan keinginan pasar yang bersangkutan.<sup>34</sup> Dan kualitas produk yang akan dipasarkan juga harus mendapat kesepakatan bersama antara kedua pihak, antara penjual dan pembeli produk.<sup>35</sup>

Allah SWT memerintahkan manusia untuk memakan makanan yang bersih, mengambil jalan yang suci dan sehat, sebagaimana yang tercantum dalam Firman Allah sebagai berikut:

QS Al-Mu'minuun 23/:51



<sup>33</sup>Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*(Yogyakarta: Kansius, 1998), 380.

<sup>34</sup><http://eprintis.unm.ac.id/14751/1/JURNAL%20NURMI.pdf>, Diakses Pada Tanggal 17 Februari 2021, 14:28 Wib.

<sup>35</sup> Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*(Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies, 2014), 79.

Terjemahnya:

Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang saleh. Sesungguhnya aku Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>36</sup>

Barang yang bersih berarti sehat dan diperoleh dengan cara yang halal. kenyataan bahwa perintah, “makanlah barang yang suci” mendahului “lakukanlah amal yang saleh” menunjukkan bahwa perbuatan yang baik akan sia-sia tanpa disertai makanan yang halal.<sup>37</sup>

#### **b. Price (Harga)**

Harga menjadi faktor penentu dalam pembelian dan menjadi salah satu unsur penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Dalam memutuskan harga maka harus diperhatikan tujuannya. berikut adalah tujuan dari penentuan harga.

- a) Bertahan,
- b) Memaksimalkan harga
- c) Memaksimalkan Penjualan
- d) Gengsi dan *prestise*. Indikator harga yaitu,
  - 1) Harga sesuai kualitas
  - 2) HARRGA sesuai fasilitas
  - 3) Harga terjangkau
  - 4) Harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

Jadi harga harus ditentukan pada waktu yang tepat dan kuantitas yang tepat. Agar suatu produk dapat bersaing di pasar, pengusaha dapat menerapkan strategi penetapan harga dalam kaitannya dengan pasar, yaitu mengikuti harga di bawah atau di atas pasar.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002), 234.

<sup>37</sup>Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 56.

<sup>38</sup><http://jurnal.unisu.ac.id/index.php/hurmanfalah/article/download/4811/2863>, Diakses Pada Tanggal 26 Februari 2021, 09:54 Wita.

Dalam Islam terlihat bahwa harga merupakan kesepakatan mengenai jual beli barang atau jasa dimana kesepakatan tersebut harus disepakati oleh kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Menurut Ibnu Taimiyyah, “Besarnya kecilnya kenaikan harga tergantung besar kecilnya perubahan permintaan dan penawaran. Jika semua transaksi sesuai dengan aturan, maka kenaikan harga yang terjadi adalah kehendak Allah”. Dengan demikian penetapan harga tergantung kesepakatan antar penjual dan pembeli.<sup>39</sup>

Namun, kenaikan harga barang akibat penipuan yang dilakukan oleh penjual bukanlah karena Islam. Seperti rekayasa pasar dalam penawaran yang terjadi saat memanfaatkan keuntungan normal dengan cara mengurangi penawaran dengan cara menimbun barang sehingga barang yang dijual meningkat. Hal ini dalam istilah fiqh disebut dengan *ikhtikar*.

### **c. Place (Tempat) Atau Saluran Pemasaran**

Tempat adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan / dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. tempat perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai saluran pemasaran. Lokasi perusahaan harus dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat, seperti di sekitar pusat situasi atau pasar lainnya. Seorang pebisnis harus bisa memilih lokasi strategis yang bisa dilihat oleh masyarakat.

Dalam perspektif syariah, pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja selama lokasinya bukan tempat yang disengketakan keberadaannya. Islam juga lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. Hal ini untuk menghindari penyadapan barang sebelum masuk pasar.<sup>40</sup>

### **d.Promotion (Promosi)**

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau

---

<sup>39</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*(Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 84.

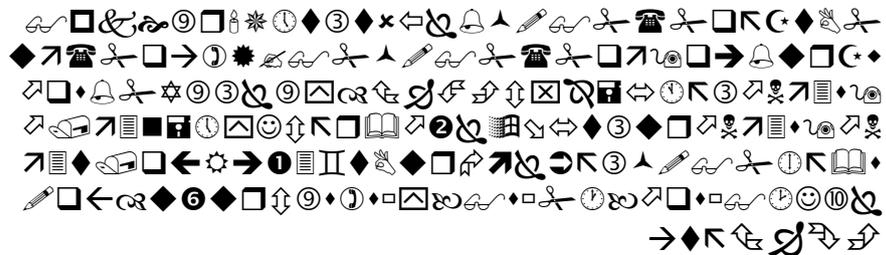
<sup>40</sup>Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*(Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies, 2014), 84.

mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberitahukan tentang keistimewahan, kegunaan dan yang paling penting tentang kebredaanya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang-orang supaya bertindak. sedangkan yang digolongkan sebuah indikator dari promosi yaitu, Adanya kebijakan harga promo.

Promosi dalam perspektif syariah merupakan upaya untuk menyampaikan informasi barang atau jasa yang benar kepada calon konsumen atau pelanggan. Dalam hal ini, ajaran Islam sangat menekankan pada penghindaran unsur penipuan atau pemberian informasi yang tidak benar kepada calon konsumen atau pelanggan.

Promosi dalam perspektif syariah merupakan upaya untuk menyampaikan informasi produk yang benar kepada calon konsumen atau pelanggan. Dalam kaitan ini, ajaran Islam sangat menekankan pada penghindaran unsur penipuan atau pemberian informasi yang tidak benar kepada calon konsumen atau pelanggan.<sup>41</sup> Allah SWT berfirman sebagai berikut :

QS Al-Ahzab/33: 70-71



Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.<sup>42</sup>

<sup>41</sup>Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah* (Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies, 2014), 83.

<sup>42</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002), 167.

## **C. Pakaian Bekas**

### **1. Pengertian Pakaian Bekas**

Pakaian bekas bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup atau pelindung tubuh.<sup>43</sup>Pakaian juga dapat diartikan sebagai kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat tinggal atau berteduh (rumah). Manusia membutuhkan pakaian untuk melindungi diri dan menutupi tubuhnya. Namun seiring dengan perkembangan kehidupan manusia, pakaian juga dijadikan sebagai lambang status, atau kedudukan orang yang memakainya.

Pakaian memiliki fungsi utama yaitu untuk menjaga kenyamanan pemakainya, pakaian melindungi bagian tubuh yang tidak terlihat, pakaian berperan sebagai pelindung dari unsur-unsur yang merugikan, antara lain hujan, panas, matahari, salju, dan angin. Pakaian juga mengurangi tingkat risiko selama beraktivitas, seperti bekerja atau berolahraga. Terkadang pakaian juga digunakan sebagai perlindungan dari bahaya lingkungan tertentu, seperti serangga, bahan kimia berbahaya, senjata, dan lain sebagainya.

Bekas adalah tanda yang tertinggal atau tersisa (sudah dipegang, diinjak, dilalui, dan sebagainya).<sup>44</sup> 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.<sup>45</sup>

### **2. Ciri-ciri Pakaian Bekas**

Ciri-ciri pakaian bekas yang sering kita jumpai diberbagai took pakaian memiliki ciri-ciri tersendiri.<sup>46</sup>diantaranya adalah:

- a. Bahan tipis merupakan bentuk yang sering dijumpai pada produk pakaian bekas.

---

<sup>43</sup>A.A. Waskito, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Cet V (Jakarta: Wahyu Media, 2009), 385.

<sup>44</sup>A.A. Waskito, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, 87.

<sup>45</sup>Hanjoyo Bono Nimpuno, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*(Jakarta: Pandom Media Nusantara, 2014), 99.

<sup>46</sup>Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*(Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 45.

- b. Berbagai motif, motif yang terdapat pada baju bekas yang masih banyak diminati adalah motif polos, kotak-kotak, garis-garis.
- c. Pakaian bau, hal ini disebabkan penempatan baju bekas dalam satu ball atau kurang sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap.
- d. Terdapat bercak berwarna, hal ini dikarenakan semua pakaian bertumpuk di satu tempat, bercak tersebut terkadang berwarna putih pada pakaian hitam dan kuning pada pakaian berwarna lainnya.
- e. Sedikit kotor dan kusam, hal ini disebabkan oleh debu dan kotoran yang menempel pada pakaian selama perjalanan menuju tempat tujuan.

### **3. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Pakaian Bekas**

Adapun faktor yang mempengaruhi penggunaan pakaian bekas adalah sebagai berikut:

#### **a. Barang impor dari luar negeri**

Pakaian bekas yang diimpor dari luar negeri ini termasuk barang illegal atau barang yang dilarang masuk ke wilayah Negara kesatuan Refublik Indonesia sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang larangan impor pakaian bekas imi justru bebas diperdagangkan di kota-kota besar di sebagian wilayah Indonesia. termasuk kota Manado tempatnya di Pasar Karombasan, hal ini dikarenakan pakaian bekas yang termasuk produk luar negeri ini lebih murah dibandingkan dengan produk lokal sehingga lebih banyak masyarakat yang lebih memilih produk luar negeri dari pada produk dalam negeri, kemudian perdagangan pakaian bekas dari luar negeri ini juga cukup menjanjikan keuntungan.

Namun dalam Peraturan Menteri Perdagangan berdasarkan ketentuan yang terdapat dalam Pasal 2 dinyatakan bahwa pakaian bekas dilarang untuk diimpor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Refublik Indonesia, dan dalam Pasal 3 dinyatakan bahwa pakaian bekas yang tiba di wilayah Negara Kesatuan

Republik Indonesia pada atau setelah tanggal Peraturan Menteri ini berlaku, maka wajib dimusnakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>47</sup>

Peranan perdagangan sangat penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi, akan tetapi dalam perkembangannya belum memenuhi kebutuhan untuk menghadapi tantangan pembangunan nasional sehingga perlu berpihak pada ekonomi politik yang lebih memberikan dukungan, peluang dan pembangunan ekonomi. ekonomi masyarakat yang meliputi koperasi, serta usaha mikro, kecil dan menengah sebagai pilar utama pembangunan. Ekonomi Nasional.

Tujuan kebijakan impor sebagaimana yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 yaitu, memagari kepentingan nasional, melindungi dan mendorong penggunaan produksi dalam negeri, dan menciptakan perdagangan dan pasar dalam negeri yang sehat serta iklim usaha yang kondusif.<sup>48</sup>

Disamping itu, Menteri Perdagangagn telah mengatur bahwa barang yang diimpor harus dalam keadaan baru, hal ini sebagaimana yang tertuang dalam Peraturan Nomor 54/M-DAG/PER/10/2009 tentang ketentuan Umum Di Bidang Impor sebagaimana dinyatakan dalam pasal 6 ayat (1) yang berbunyi, “Barang yang diimpor dalam keadaan yang baru” dan dalam Pasal 6 ayat (2) yang berbunyi, “Dalam hal tertentu, menteri dapat menetapkan barang yang diimpor dalam keadaan bukan baru berdasarkan Peraturan perundang-undangan, kewenangan Menteri, dan/atau Usulan atau pertimbangan teknis dari instansi pemerintah lainnya”.

Berdasarkan ketentuan di atas, pakaian bekas yang masuk atau sampai di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia pada atau setelah tanggal Peraturan Menteri ini mulai berlaku harus dalam kondisi baru, namun pada kenyataannya importir tidak melakukannya. ini mereka memperdagangkan pakaian dalam kondisi bekas dan kualitasnya tidak sesuai. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek penegakan hukum masih lemah atau regulasi yang mengatur tentang larangan

---

<sup>47</sup>Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas.

<sup>48</sup> Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum* (Jakarta: Rajawali, 1982), 23.

impor pakaian bekas sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri tersebut di atas masih belum efektif.

b. Tingkat konsumtif masyarakat Indonesia yang tinggi

Hal ini menyebabkan munculnya budaya baru. Budaya konsumtif ini sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat khususnya yang berada di perkotaan. Hal ini pada gilirannya menjadikan retan penduduk perkotaan dengan nilai simbolis. simbolis itu berarti gaya hidup dan status. status ini tidak hanya berdasarkan kelas menengah ke atas, tetapi juga berdasarkan kelompok masyarakat.<sup>49</sup>

c. *Fashion* atau gaya hidup

Dalam kehidupan sehari-hari, fashion atau gaya hidup menjadi bagian yang tidak lepas dari penampilan dan gaya sehari-hari seseorang. Hal-hal seperti pakaian dan aksesoris yang dikenakan tidak hanya sekedar penutup tubuh dan dekorasi. Pakaian juga merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan jati diri seseorang, terlebih lagi pakaian bekas sangat unik karena tidak mempunyai kembar atau tidak sama dengan pakaian lain yang biasa dijual di toko-toko pada umumnya.<sup>50</sup>

d. *Merk* terkenal

Karena baju bekas didatangkan dari luar negeri maka kualitas baju bekas tertentu lebih baik dari pada produk dalam negeri, merk yang ditawarkan juga sangat beragam dan sangat terkenal serta harga yang jauh lebih murah dari harga baju asli dan baru. Baju bermerk selalu identik dengan kualitas bagus dan harga yang relatif mahal, namun dengan adanya penjualan baju bekas maka setiap individu bisa mendapatkan baju bermerk yang berkualitas dengan harga yang lebih murah.<sup>51</sup>

#### **4. Dampak Negatif Penggunaan Pakaian Bekas**

---

<sup>49</sup>Potner dan Patrici, *Kebutuhan Manusia*(Jakarta: Tiara Wacana, 1997), 7.

<sup>50</sup>Potner dan Patrici, *Kebutuhan Manusia*(Jakarta: Tiara Wacana, 1997), 8.

<sup>51</sup>Mulyadi Nitisusatro, *Prilaku Konseumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2012), 97.

Adapun dampak negatif yang ditimbulkan karena mengkonsumsi pakaian bekas yang berasal dari luar negeri, berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan adalah sebagai berikut:

a. Banyaknya bakteri yang merugikan kesehatan.

Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai orang lain sebelumnya, tidak jelas bagaimana bebas dari penyakit atau tidak, kemudian barang tersebut didatangkan dari luar negeri dan ditumpuk dengan pakaian bekas lainnya dalam satu kontainer.

Tanpa kebersihan yang memadai, pakaian bekas tentunya mengandung banyak penyakit yang bisa menyebar, seperti gatal-gatal, panu, kurap, bahkan bisa menularkan penyakit kencing nanah kronis yang sulit didiagnosis. Gonore kronis adalah penyakit yang ditularkan melalui hubungan seksual. Jika tidak ditangani, infeksi akut ini dapat menyebabkan penyakit kronis dan menyebar ke organ lain.

b. Pakaian bekas menyebabkan pemutusan hubungan kerja industri tekstil

Ada dua instrumen perlindungan yang harus diperhatikan pemerintah. Pertama, perlindungan pra pasar, yaitu pemeriksaan produk sebelum masuk pasar, dan harus melalui proses standarisasi. Kedua, post market control, setelah barang masuk pasar, mekanisme penguasaan harus terus berjalan. Jika suatu barang yang beredar tidak memenuhi standar yang telah ditentukan, barang tersebut harus ditarik dari pasaran.

Jika mekanisme pengawasan yang baik dari pemerintah dapat memastikan barang yang beredar di pasar steril dari bahan yang berbahaya bagi kesehatan masyarakat. Perlambatan ekonomi nasional telah mendorong terjadinya PHK pada industri padat karya, khususnya industri tekstil. Selain itu, derasnya arus barang impor ilegal dengan harga murah dan terkadang berkualitas sangat rendah menjadi faktor pemicu putusnya hubungan kerja para buruh tersebut.

c. Pakaian bekas yang diimpor dari luar negeri termasuk barang yang illegal

Meskipun penjual mencari rezeki dengan cara yang halal karena tidak menyembunyikan cacat atau aib yang terdapat pada pakaian tersebut, namun cara memperoleh pakaian bekas tersebut tidak dibenarkan, karena pakaian tersebut

termasuk dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia secara ilegal dan telah dilarang beredar oleh pemerintah Indonesia.

Pakaian bekas tersebut didatangkan dari luar negeri dengan memasuki pelabuhan-pelabuhan kecil tanpa seizin pemerintah daerah. Namun dengan wilayah pesisir Indonesia yang sangat luas, pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah belum maksimal, sehingga pakaian bekas ilegal tersebut bebas masuk ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.<sup>52</sup>

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Objek yang dibahas yaitu Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam. Penelitian ini menggunakan Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif, tidak menggunakan angka-angka statistik, melainkan dalam bentuk kata-kata. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu fenomena atau gejala sosial dengan lebih benar dan lebih objektif. dengan cara mendapatkan gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji.<sup>53</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J. Moleong penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>54</sup>

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

---

<sup>52</sup>Agus Budianto, *Formalin Dalam Kajian UU Kesehatan (UU Pangan dan UU Perlindungan Konsumen) Al-"Adalah Jurnal Hukum Islam*(Fakultas Syariah IAIN RIL, Vol.9, No.I, Juni 2010), 160.

<sup>53</sup>Jusuf Soewadji, *Pengantar Metode Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 52.

<sup>54</sup>Lexy Modeong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2006), 4.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Karombasan di Kota Manado. Adapun fokus penelitian ini adalah pada Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam. Adapun waktu penelitian adalah dari bulan Maret sampai bulan Mei tahun 2021.

### **C. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan alat pengumpul data utama. Hal itu dilakukan karena, jika memanfaatkan alat yang bukan manusia dan mempersiapkannya terlebih dahulu sebagai yang lazim digunakan dalam penelitian klasik di samping itu melalui metode observasi maka instrumen yang digunakan adalah melakukan rekaman gambar serta rekaman suara, kepada para pelaku penjual pakaian bekas dalam hal ini hanya “manusia sebagai alat” sajalah yang dapat berhubungan dengan responden atau objek lainnya, dan hanya manusialah yang mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan. Hanya manusia sebagai instrumen pulalah yang dapat menilai apakah kehadirannya menjadi faktor pengganggu sehingga apabila terjadi hal yang demikian pasti ia dapat menyadarinya serta dapat mengatasinya.<sup>55</sup>

### **D. Metode Pendekatan**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang berupa pengujian intensif terhadap suatu entitas tunggal yang dilengkapi dengan sumber dan bukti dari objek maupun subjek yang diamati serta terbatas pada ruang dan waktu. Penelitian jenis ini biasanya terkait dengan instansi, lembaga, kelompok, maupun organisasi di mana penelitian itu dilaksanakan. Penelitian studi kasus bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau pengetahuan yang mendalam mengenai peristiwa sesuai dengan konteksnya.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2017), 186.

<sup>56</sup>Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 19-21.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif empiris, penelitian hukum normatif empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang atau kontrak) secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.<sup>57</sup>

Penelitian hukum normatif adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan baku utama, menelaah hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas-asas hukum, konsepsi hukum, pandangan dan doktrin-doktrin hukum, peraturan dan sistem hukum dengan menggunakan data sekunder, diantaranya: asas, kaidah, norma dan aturan hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan peraturan lainnya, dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan erat dengan penelitian.<sup>58</sup>

#### **E. Sumber Data**

Sumber data yang diambil oleh penulis dan dipergunakan dalam penelitian ini didasarkan antara lain:

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber perantaranya.<sup>59</sup> Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari mereka yang melakukan, Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam (Studi kasus di Pasar Karombasan di Kota Manado).
- b. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder

---

<sup>57</sup>Soerjono Soekarno & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu tinjauan Singkat* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), 13-14.

<sup>58</sup>Soerjono Soekarno & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu tinjauan Singkat* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), 24

<sup>59</sup>Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 1987), 93.

adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenandengan penelitian yang dilakukan.<sup>60</sup>

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Penelitian ini akan menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut yaitu: observasi, wawancara, dokumentasi. dalam setiap penelitian ilmiah diperlukan adanya data yang relevan dengan persoalan yang dihadapi, karna kualitas data juga ditentukan oleh kualitas alat pengambilan/pengukuran. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **a. Observasi**

Observasi terstruktur adalah observasi yang telah dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini peneliti melakukan observasi di pasar karombasan tujuan untuk mendapatkan informasi dari penjual atau pembeli pakaian bekas (cabok). Oleh karena itu, peneliti telah mengetahui secara pasti tentang apa yang akan diamati, mengenai jual beli pakaian bekas. Dalam melakukan pengamatan penelitian tidak menggunakan instrument yang telah baku dan telah dibuat pedoman. Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang pasti tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan.<sup>61</sup>

### **b. Wawancara**

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses Tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dilakukan dengan ibu Tika, ibu Sulfa, ibu

---

<sup>60</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Alfabeta: Bandung, cet, ke 8, 2009), 137.

<sup>61</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 237.

Seri, ibu Ain, ibu Lia dan Bapak Wawan. untuk memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin dan sejelas mungkin kepada subjek penelitian. Wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang sering dipergunakan dalam penelitian kualitatif.<sup>62</sup>

Dalam penelitian ini akan digunakan wawancara terstruktur. wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.<sup>63</sup>

Untuk memudahkan dalam proses wawancara terstruktur, maka peneliti membutuhkan alat-alat wawancara agar supaya hasil data yang didapatkan maksimal. Adapun alat-alat wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.<sup>64</sup>

- 1) Buku catatan: berfungsi untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data.
- 2) *Tape recoder*: berfungsi untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan.
- 3) Kamera: untuk memotret kalau peneliti sedang melakukan pembicaraan dengan informan/sumber data.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>65</sup> Adapun dokumen yang akan dijadikan sebagai bahan teliti adalah dokumen Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam.

### G. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam dua tahapan, yaitu analisis ketika di lapangan dan analisis pascalapangan. Analisis ketika di lapangan

---

<sup>62</sup>Iman Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*(Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 160.

<sup>63</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 233.

<sup>64</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 239.

<sup>65</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 240.

dilakukan untuk menemukan kesimpulan sementara untuk kemudian dilakukan penelitian kembali dan seterusnya. Adapun analisis pascalapangan dilakukan dengan menelaah seluruh data yang telah diperoleh dari lapangan untuk kemudian didapatkan hasil dalam bentuk laporan.<sup>66</sup>

Proses analisis data ini dilaksanakan guna mendapatkan data lapangan yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Data dari hasil analisis ini kemudian akan peneliti jadikan sebagai bahan utama penelitian. Terdapat tiga proses analisis data dalam penelitian kualitatif. yaitu :

1) *Data Reduction* (Reduksi Data)<sup>67</sup>

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti dilapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

Dalam proses ini peneliti memilih data yang sesuai dengan topik penelitian yang diangkat. Dengan banyaknya data yang didapat, sehingga tidak menutup kemungkinan adanya data yang tidak sesuai dengan topic penelitian, maka langkah mereduksi data adalah tahapan awalnya agar data yang diambil merupakan data yang tepat.

2) *Data Display* (Penyajian Data)<sup>68</sup>

Data display merupakan tampilan atau laporan yang merupakan informasi yang diperoleh sebagai hasil dari reduksi data yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan data.

Proses ini merupakan proses kedua yang dilakukan peneliti. Proses penyajian data setelah data selesai dipilih melalui proses reduksi data. data yang

---

<sup>66</sup>Nawari Ismail, *Metode Penelitian untuk Studi Islam: Panduan Praktis dan Diskusi Isu*(Yogyakarta: UMY, 2015), 98-99.

<sup>67</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 247.

<sup>68</sup>Lexy Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, 288.

telah disajikan ini selanjutnya akan dijadikan sebagai bahan menarik sebuah kesimpulan.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa penyajian data merupakan tahapan analisis data kedua yang mengambil data dari hasil reduksi data, kemudian data tersebut diolah dan disajikan untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan kesimpulan data.

### 3) Penarikan kesimpulan atau Verifikasi<sup>69</sup>

Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan telah dilakukan sejak penelitian itu dimulai di masa penelitian mencari makna dan data yang dikumpulkannya dan melakukan penarikan kesimpulan itu pada awalnya masih bersifat tentative atau kabur dan diragukan akan tetapi dengan bertambahnya data maka kesimpulan tersebut menjadi lebih mendasar.

Penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir yang dilakukan peneliti. langkah ini difokuskan untuk mengambil kesimpulan terhadap data yang peneliti dapatkan dilapangan. tahapan ketiga analisis data ini peneliti mulai menginterpretasikan data yang telah diolah melalui reduksi data dan display data. Adapun bentuk interpretasinya disusun dengan mendiskripsikan atau menarasikan data yang didapat.

---

<sup>69</sup>Lexy Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, 289.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah dan Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Perusahaan daerah di Kota Manado pada awalnya merupakan Dinas pasar yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 1/ Perda/ WKDM /1975 tentang struktur organisasi pasar yang kemudian disempurnakan pada tahun 1986 dengan Perda No, 2 Tahun 1986. Sejak Tahun 1975 Dinas Pasar Mengelola pasar-pasar Tradisional yang berada di Kota Manado adalah Pasar Jengki (Pasar Bersehati), Pasar 9 (sembilan) Sario, Pasar tuminting, dan Pasar 8 (delapan) Wanea, Pasar Senggol, Pasar Orde Baru, Pasar Pinasungkulan, Pasar Bahu. Namun pasar yang masih dikelola hingga saat ini adalah Pasar Bersehati, Pasar Pinasungkulan Karombasan, Pasar Orde Baru, Pasar Tuminting, dan Pasar Bahu.

Pasar Pinasungkulan Karombasan terletak di Kelurahan Utara Kecamatan Wanea Kota Manado. Pasar Pinasungkulan Karombasan merupakan hasil relokasi dari Pasar 8 Wanea. Pasar ini dibangun pada tahun 1976, Pasar Pinasungkulan Karombasan merupakan pasar tradisional yang dikelola oleh Dinas Pasar Kota Manado. Pada tahun 2002 dikelola oleh PD Pasar Kota Manado berdasarkan Perda No. 14 Tahun 2000 dan sesuai Keputusan Walikota Manado No. 63 Tahun

2005, Pasar Pinasungkulan Karombasan sebagai aset Pemerintah Kota Manado diserahkan kepada PD Pasar Kota Manado.

Salah satu pasar tradisional di kota Manado yang tidak pernah ditinggalkan oleh kalangan menengah ke bawah adalah pasar pinasungkulan Karombasan. Nama Pinasungkulan diambil dari bahasa Minahasa. Pinasungkulan merupakan nama yang memiliki makna filosofis yaitu tempat pertemuan atau tempat *baku dapa* bahasa Manado. Maksudnya, pasar Pinasungkulan adalah tempat orang-orang *baku dapa* (saling bertemu) untuk memenuhi kebutuhan ekonomi.

Salah satu kekhasan dan keunggulan pasar tradisional Pinasungkulan Karombasan adalah adanya barang dagangan yang murah, terjangkau, harga ditawarkan dan barang tersedia dengan berbagai cara sehingga pasar ini selalu ramai dan pasar ini juga menjadi tempat wisata lainnya. pedagang yang ingin membeli barang dagangannya. adapun Jenis barang yang diperdagangkan antara lain bahan makanan, sandang, makanan matang, dan daging, hasil laut, barang pecah, sayuran, buah-buahan dan kebutuhan lainnya. yang memiliki keunggulan kompetitif alami ini. Selain itu Pasar Karombasan memiliki beberapa fasilitas umum seperti toilet umum yang terdapat di setiap sudut pasar.<sup>70</sup>

## **B. Strategi Pemasaran Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan**

Strategi pemasaran pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan sebelum mereka menjual pakaian bekas itu mereka mencuci terlebih dahulu sebelum di jual kepada para pembeli pakaian bekas di pasar karombasan. Sedangkan praktik yang terjadi pada subjek/objek Pasar Karombasan yang mengadakan perjanjian jual beli pakaian bekas di pasar Karombasan terdiri dari dua pihak yaitu penjual pakaian bekas dan pembeli pakaian bekas dalam jual beli pakaian bekas di pasar Karombasan secara keseluruhan telah terpenuhi secara rukun dalam transaksi jual beli, penjual dan pembeli pakaian bekas sudah dewasa, dan dapat membedakan

---

<sup>70</sup>Sumber Data: Dari Kantor PD.Pasar Kota Manado, tanggal 04 Maret 2021.

antara hal baik dan buruk bagi diri mereka sendiri, serta penjual dan pembeli pakaian bekas secara mental sehat jasmani dan rohani.

Proses penjualan yang lancar dapat membantu meningkatkan penjualan pakaian bekas yang ada di pasar karombasan dan memberikan diskon, pelayanan keluhan pelanggan dengan baik. menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, menampilkan produk usaha pada facebook, dengan memasang foto-foto yang dapat menarik konsumen menjadi promosi yang berlangsung cepat. pembagian stiker saat pengiriman barang yang berisi nomor kontak sehingga diharapkan konsumen dapat mengingat tokonya.

Proses pemesanan yang sudah mempunyai alur akan lebih melancarkan proses jual beli dalam *viee second kalla*. Upaya peningkatan penjualan pakaian bekas memiliki poin penting yang terletak pada keadaan barang yang dijual dan juga media yang digunakan untuk promosi sehingga penjualan pakaian bekas di pasar karombasan *viee second kalla* melalui facebook dapat meningkat. prosedur order di *viee second kalla* sebagai berikut:

- 1) Memasang iklan promo di situs internet
- 2) Menerima Konfirmasi dari calon pembeli
- 3) Meminta data id, alamat dan barang yang dipesan
- 4) Penjelasan cara transaksi
- 5) pengecekan keberhasilan transaksi dan pengepakan barang

Pada bulan Maret 2021 pendapatan penjualan pakaian bekas di pasar karombasan sebesar (Rp:3.300.000) dengan produk terjual sebanyak 300 unit pakaian bekas, total pembelian pada bulan Maret 2021 sebesar (Rp: 3.000.000) dengan biaya operasional untuk biaya pencucian pakaian bekas dan pengemasan serta transport barang sebesar (Rp:300.000).

Dan kerusakan yang dialami pakaian bekas pada bulan Maret tahun 2021 yaitu ada 25 unit yang cacat dalam pakaian bekas yang mereka beli. dan penerunan yang dialami pada bulan Maret tahun 2021 yaitu sebesar (Rp:250.000) pada saat itu kerugian yang dialami pakaian bekas di pasar karombasan.

Pada bulan April tahun 2021 pendapatan penjualan sebesar (Rp:2.550.000) dengan produk terjual sebesar 225 unit pakaian bekas. penjualan bulan April

tahun 2021 item atasan paling banyak terjual dan jeket pada urutan kedua terutama jeket yang tebal yang pembeli inginkan untuk persiapan di saat musim dingin. Total pembelian pada bulan April tahun 2021 sebesar (Rp:2.250.000) dengan biaya operasional untuk biaya pencucian pakaian bekas dan pengemasan serta transport barang sebesar (Rp:250.000).

Dengan demikian pendapatan penjualan pakaian bekas di pasar karombasan pada bulan Maret tahun 2021 yaitu sebesar (Rp:2.750.000) setelah di kurangi biaya pencucian pakaian bekas dan pengemasan serta transport barang serta kerusakan yang dialami pada pakaian bekas. Dan pendapatan penjualan pakaian bekas di pasar karombasan pada bulan April tahun 2021 setelah di kurangi biaya pencucian pakaian bekas dan pengemasan serta transport barang yaitu sebesar (Rp:2.300.000).

Perjanjian jual beli ini dibuat atas dasar musyawarah untuk mufakat atau kesepakatan antara kedua pihak yang bertransaksi, transaksinya tidak berdasarkan paksaan. Berdasarkan hal tersebut maka dari sudut pandang subjek / objek dalam jual beli pakaian bekas di pasar Karombasan, menurut hukum Islam hal tersebut benar/sah.

Pakaian bukan merupakan barang yang tidak diperbolehkan oleh hukum, baik hukum syara' maupun hukum Negara. pakaian adalah barang yang digunakan sebagai penutup tubuh dan objeknya halal untuk digunakan sehari-hari. dalam praktik yang terjadi dalam perjanjian jual beli pakaian bekas di pasar karombasan ini tidak adanya unsur paksaan dalam pembelian pakaian bekas. transaksi jual beli pakaian bekas ini terdapat beberapa penjual pakaian bekas, para penjual memberikan keluasaan kepada para pembeli untuk memilih objek atau barang yang diperdagangkan dalam hal ini pakaian bekas yang diinginkan tanpa adanya paksaan dari pihak penjual pakaian bekas.

berdasarkan dilihat dari subjek/objek yang diperjualbelikan telah memenuhi rukun dan syarat dan tidak adanya unsur paksaan barang atau objek dalam pakaian tersebut adalah barang yang halal karena dipergunakan untuk menutupi tubuh.

Adanya ketentuan yang lain melarang berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Pakaian Bekas terdapat dalam pasal menyatakan bahwa:

Pasal 2

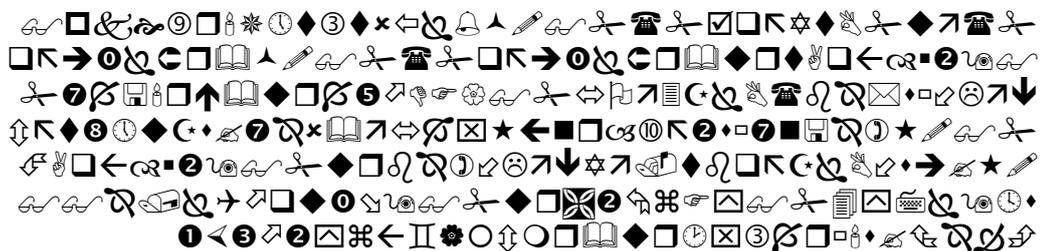
“Pakaian bekas dilarang untuk diimpor kedalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Pasal 3

“Pakaian bekas yang tiba di wilayah Negara Kesatuan Refublik Indonesia pada atau setelah tanggal Peraturan Menteri ini berlaku, maka wajib dimusnakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Sebagai umat muslim yang bertakwa seseorang harus taat dan patuh kepada aturan yang sudah ditetapkan pemerintah. seperti yang tercantum dalam surah:

QS An-Nisa/4: 59



Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.<sup>71</sup>

Praktek jual beli pakaian bekas di pasar Karombasan adalah mereka memperdagangkan pakaian bekas dari luar negeri ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui jalur laut yang masuk melalui pelabuhan-pelabuhan kecil di seluruh Indonesia. Karena pelabuhan kecil ini tidak memiliki

<sup>71</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*(Bandung, PT Cordoba Internasional, Indonesia, 2016), 88.

tingkat pengawasan yang rendah, maka masuknya pakaian bekas ke wilayah Indonesia sangat mudah.

Izin usaha yang dikeluarkan pemerintah juga menjadi kendala untuk mengurangi peredaran pakaian bekas, jika pedagang memiliki izin usaha maka pihak berwenang tidak bisa mengeluarkannya. Namun di Karombasan masih banyak penjual pakaian bekas, hampir 80% pedagang pakaian bekas di pasar Karombasan memiliki izin usaha perdagangan. Sebab, masih banyak pakaian bekas yang beredar di wilayah Indonesia. Namun masih banyak orang yang tidak mempedulikan kesesuaian dari pakaian bekas tersebut, masyarakat akan terbius dengan harga murah yang ditawarkan oleh penjual dan kualitas dari pakaian yang masih bagus. dampak harga diri bangsa terlihat rendah di mata negara lain.

Dari uraian di atas, peneliti berpendapat bahwa jual beli pakaian bekas di Pasar Karombasan adalah benar/sah karena adanya subjek/pelaku dan pemenuhan persyaratan lainnya sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Namun, transaksi jual beli pakaian bekas batal karena tidak memenuhi persyaratan dalam aturan jual beli yang dibuat pemerintah terkait pakaian bekas yang dilarang diimpor, karena pakaian bekas berpotensi membahayakan kesehatan manusia. Karena pakaian bekas mengandung bakteri, dikhawatirkan akan menularkan berbagai penyakit kepada masyarakat.

Pakaian bekas itu juga termasuk dalam kategori barang yang illegal. hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas yang sudah tertulis dalam pasal 2 “pakaian bekas dilarang masuk karena termasuk barang yang didatangkan kedalam wilayah Negara Indonesia dengan cara tidak resmi, dengan cara penyeludupan melalui pelabuhan-pelabuhan kecil yang kurang pengamanan yang rendah. oleh karena itu jual beli pakaian bekas ini dilarang karena tidak mendapat persetujuan mengenai peredaran penjualan dengan bebas dan membahayakan kesehatan masyarakat.

### **C. Transaksi Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan Perspektif Hukum Islam**

Pasar karombasan merupakan pasar tradisional yang bergerak di bidang perdagangan melalui beberapa aspek-aspek penjualan atau pertukaran barang dan jasa, oleh karena itu pasar karombasan di kenal dengan pasar yang mampu memproduksi barang bekas, seperti halnya dengan penjualan pakaian bekas yaitu pakaian Cabok dan tukar menukar barang atau jasa.

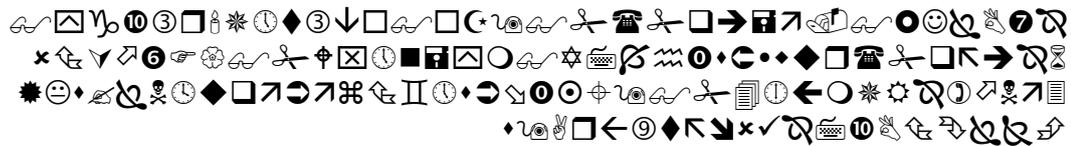
Berdasarkan banyak masyarakat yang mengunjungi pasar karombasan karena tempatnya strategis dan banyak masyarakat yang setempat atau konsumen yang sebagian besar merasa senang dengan adanya keberpihakan penjualan pakaian bekas di pasar karombasan karena dilihat dari segi kualitas barangnya masih layak di gunakan untuk keperluan sehari-hari dan oleh sebab itu harga dari barang tersebut dapat di maksimalkan atau terjangkau.

Produk pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan Sebagian besar banyak pembeli mengetahui tentang pakaian bekas tersebut berasal dari berbagai Negara seperti Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, dan China. dan banyak masyarakat tertarik dengan pakaian bekas di pasar karombasan yang perlu diperhatikan dalam produk jasa adalah pelanggan tidak hanya membeli fisik dari produk jasa itu saja, tetapi membeli benefit (manfaat) atau value (Pembanding) dari produk tersebut yang disebut penawaran. Produk yang dihasilkan harus sah menurut hukum Islam, yakni halal dan baik dari segi dzat maupun prosesnya.

Penjualan pakaian bekas di pasar karombasan dapat meningkat dengan menggunakan promosi lewat facebook, yang mulai dikenal oleh masyarakat banyak yang mempraktekan usaha di bidang perdagangan online karena dinilai lebih cepat, praktis menghemat biaya, menguntungkan, dan banyak orang yang sudah mengenal dan menggunakan internet. Barang yang dipromosikan dalam facebook beraneka ragam, ada barang baru dan barang bekas yang dimaksud disini adalah barang yang sudah pernah dipakai dan dijual dalam keadaan masih baik. barang bekas dengan harga yang rendah sehingga banyak masyarakat yang minat.

Sebagaimana dalam pandangan hukum islam yang di jelaskan tentang tukar-menukar barang yang halal dan baik dari segi zatnnya yang di sebut dalam surah:

QS Al-baqara/2: 168



Terjemahnya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.<sup>72</sup>

Dalam perspektif syariah produksi merupakan sesuatu yang penting. Al-Quran menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan al-Quran diarahkan pada manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus memunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Berarti barang yang di jual harus di produksi untuk kebutuhan manusia, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia.<sup>73</sup>

Berdasarkan dengan ayat diatas maka saya akan menguraikan tentang apa yang terjadi di antara pembeli atau peminat menurut perspektif hukum islam di pasar karombasan. Pakaian bekas di pasar karombasan menurut perspektif hukum Islam pada dasarnya sudah sesuai rukun dan syarat dalam muamalah karena barang atau objek yang diakadkan jelas (halal) dan kualitasnya termanin juga bermanfaat, kemudian pembeli atau masyarakat bisa memilih pakaian yang akan mereka beli sebelum mereka melakukan transaksi.

Strategi produk yang dapat mencakup keputusan tentang acuan atau bauran produk (produk mix) yang terdiri dari.<sup>74</sup>

a. Merek (Brand)

Merek adalah nama, istilah, tanda atau lambang kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang dimaksud untuk mengidentifikasi (barang atau

<sup>72</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002), 98.

<sup>73</sup>Faridatun Sa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Islam*, *Al-Iqtishad*: Vol. 1, No. 2, Juli, 2009, 67.

<sup>74</sup>Balqis, *Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah*, *Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah* (Jakarta, 2008), 90.

jasa) dari penjual dan yang membedakan dari produk saingan. Merek mempunyai dua fungsi. Pertama, memberikan identifikasi suatu produk, sehingga para konsumen mengenal merek dagang yang berbeda dengan produk lain. Kedua, untuk menarik minat pembeli.

b. Kemasan (packing)

Kemasan atau pembungkus mempunyai arti penting karena kemasan tidak hanya digunakan untuk dapat menyenangkan dan menarik. Dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk seperti pembungkus, warna, dan lain-lain agar menarik para konsumen serta dapat memberi image bahwa produk tersebut bermutu.

c. Pelayanan (service)

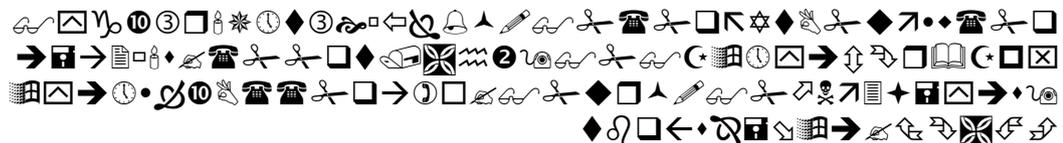
Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Harga (price)

Menurut Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhai oleh kedua pihak yang akad. harga yang diberikan harus berdasarkan kerelaan kedua belah pihak.

Hal ini untuk menghindari kekecewaan pasca membeli maka penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi. Sebagaimana dalam firman Allah menjelaskan sebagai berikut:

QS Al-Imran/3: 130



Terjemannya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.<sup>75</sup>

Yang dimaksud Riba di sini ialah Riba nasi'ah. menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam: Nasiyah dan fadhhl.

1. Riba nasiyah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan.
2. Riba fadhhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya.

Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiyah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

Berkaitan dengan hal di atas menurut Husna, “Setiap pengusaha dianjurkan untuk tidak hanya mencari keuntungan dan mementingkan diri sendiri semata, tetapi juga memperhatikan kepentingan semasa. Praktik manipulasi dan memahalkan harga dipicu sikap egois dan individualis yang bertentangan dengan prinsip kemaslahatan Islam.

Islam mengajarkan kasih sayang dan kepedulian tinggi terhadap nasib sesama, terutama orang-orang yang lemah, praktik memahalkan harga akan melemahkan daya beli masyarakat, apalagi bila negara sedang mengalami keterpurukan ekonomi”.

Pendapat tersebut menunjukkan bahwa konsep mengenai harga dalam perspektif syariah bukan berlandaskan pada faktor keuntungan semata tapi juga didasarkan pada aspek daya beli masyarakat dan kemaslahatan umat, sehingga

---

<sup>75</sup>Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002), 134.

konsep keuntungan yang berlipat-lipat dari penetapan harga yang mahal tidak dibenarkan.<sup>76</sup>

Menurut Imam Asy-Syatibi (Ahli Fiqih Madzab Maliki) hukum transaksi tukar menukar barang bisa jadi, wajib disituasi tertentu, beliau mencontohkan dengan situasi terjadi praktik ihtikar (penimbunan barang) sehingga stok hilang dari pasar dan harga melonjak naik, ketika hal ini terjadi maka pemerintah boleh memaksa para pedagang untuk menjual barang-barang dengan harga pasar sebelum terjadi kenaikan harga dan pedagang wajib menjual barangnya sesuai dengan ketentuan pemerintah.

Menurut madzab Syafi'i yang dimaksud dengan transaksi tukar-menukar barang dengan jasa, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas dasar kerelaan kedua belah pihak.

Menurut madzab Hanafiah, transaksi tukar menukar barang adalah pertukaran harta (maal). Dengan hartamenggunakan cara tertentu pertukaran harta dengan harta disini, diartikan harta yang memiliki manfaat serta terdapat kecenderungan manusia untuk menggunakannya, cara tertentu dimaksud adalah sighat atau ungkapan *ijab* dan *qabul*.

Menurut madzab Hambali, transaksi tukar menukar barang adalah tukar menukar harta dengan harta atau tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba atau bukan utang.<sup>77</sup>

Dalam Islam khususnya dalam bidang muamalah hal ini sangat berkaitan, jelas bahwa berjualan berbagai pakaian harus bersih dan barang yang diperdagangkan juga harus fokus pada aspek kemanfaatan, tidak merugikan. Dalam transaksi muamalah terdapat ketentuan rukun dan syarat kondisi yang harus dipenuhi yang mempengaruhi dengan sah atau tidaknya suatu transaksi.

Dengan demikian secara kontekstual, pakaian bekas yang dibahas dalam hal ini menemukan kejanggalan karena benda tersebut telah digunakan oleh orang

---

<sup>76</sup>Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*, Jurnal Khatulistiwa Vol. 4 No. 1 Maret 2014, 79-80.

<sup>77</sup>Ibnu Mas'ud dan Zaenal Abidin, *Fiqih Mazhab Syafi'I* (Bandung; pustaka setia, 2008), 22.

lain. Padahal, jual beli dalam Islam terkait pakaian bekas memenuhi rukun jual beli:

- 1) Penjual (pemilik pakaian bekas)
- 2) Pembeli (orang yang membelanjakan hartanya)
- 3) Barang yang diperjualbelikan, yakni pakaian bekas
- 4) Sighat atau ijab dan qabul

Dalam hal ini transaksi tukar menukar barang yang berkaitan dengan benda, barang yang di perdagangkan dapat di manfaatkan dan bermanfaat bagi manusia. Pakaian yang dijadikan sebagai obyek dalam jual beli ini merupakan barang suci yang dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan sehari-hari. Namun, proses yang dilakukan untuk memperoleh pakaian bekas dilarang karena Menteri perdagangan mengatur larangan impor pakaian bekas karena dapat merugikan industri dalam negeri.

Dari semua penjelasan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa praktik mu'amalah khususnya transaksi jual beli merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari dalam menjalani kehidupan. Dalam hal ini jual beli pakaian bekas sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan menurut aturan syara', namun jika dilihat dari segi peraturan pemerintah, jual beli tersebut dilarang berdasarkan Perda Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PE/7/2015 tentang Larangan mengimpor pakaian bekas.

Membeli dan menjual pakaian bekas karena proses pengadaan pakaian bekas melalui pelabuhan laut yang tidak memiliki izin masuk ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (tidak resmi), dan pakaian bekas dapat merugikan industri tekstil dalam negeri, serta menurunkan harga diri bangsa karena tidak pantas memakai pakaian yang sudah dipakai orang asing. Selain itu, dikhawatirkan pakaian bekas akan mengandung bakteri yang berpotensi membahayakan kesehatan masyarakat.

Sehubungan dengan hal tersebut, sebagai umat Islam yang menaati kaidah Allah SWT dan Rasul-Nya juga harus menaati peraturan pemerintah atau penguasa berdasarkan ayat-ayat Al-quran yang telah disebutkan pada bab sebelumnya yang mewajibkan seluruh umat manusia untuk taat dan taat. kepada

pihak berwenang, selama itu bukan perintah untuk melakukan tindakan bermaksiat. Hikmah yang disimpan dalam rangka taat kepada penguasa adalah menjaga kesatuan, dan persatuan, karena jika terjadi perpecahan akan menimbulkan kerusakan.

**a. Bauran Pemasaran Pakaian Bekas Di Pasar Karombasan**

a) Produk yang mereka tawarkan pada pakaian bekas di pasar karombasan ini terdiri dari pakaian anak-anak sampai dewasa yang para pembeli kunjungi setiap hari ada beberapa produk yang mereka maksud adalah sebagai berikut :

Pakaian Wanita	Pakaian Pria
Gaun anak kecil	Kameja
Dress	Kaos
Sweater	Jas
Kaos wanita	Jeket
Kameja	Celana jeans
Jeket	Celana Pendek
Celana jeans panjang	Celana training spak
Rok	

Produk-produk yang mereka tawarkan ini tersedia berbagai ukuran yaitu S, M, L, XL, dan XLL.

Price (harga) yang pedagang pakaian bekas terapkan kepada pembeli pada hari sabtu masuknya pakaian yang baru ada pada ekonomi menengah kebawah. maka harga dari produk yang mereka tawarkan adalah dibawahRp: 50.000.

Adapun rincian harga produk mereka adalah sebagai berikut:

Produk Pakaian Wanita	Harga	Prodok Pakaian Pria	Harga
Gaun anak kecil	Rp: 35.000	Pakaian Pria	Rp: 40.000
Dress	Rp: 50.000	Kameja	Rp: 25.000
Sweater	Rp: 20.000	Kaos	Rp: 20.000
Kaos wanita	Rp: 25.000	Celana Pendek	Rp: 20.000
Kameja	Rp: 50.000	Jeket	Rp: 50.000

Jeket	Rp: 50.000	Celana Jeans	Rp: 25.000
Celana Jeans	Rp: 35.000	Celana Training Spak	Rp: 25.000
Celana Kain	Rp: 50.000		
Rok	Rp: 20.000		

- b) Place (Tempat) Pasar Pinasungkulan Karombasan terletak di Kelurahan Utara Kecamatan Wanea Kota Manado. mereka menjual pakaian bekas di pasar karombasan karena daerahnya yang padat penduduk dan banyak orang yang membeli, selain itu akses lokasi menuju pasar karombasan ini sangat mudah dan dapat diakses dengan mudah pada google maps sehingga dapat mempermudah orang-orang yang akan pergi ke lokasi di pasar karomabsan.
- c) Promosi yaitu untuk dapat memperlancar penjualan produk pedagang dan bisa menarik perhatian pelanggan untuk membeli produk mereka, maka pedagang pasar karomabsan juga melakukan beberapa upaya kegiatan promosi diantaranya sebagai berikut:
- memberikan diskon setelah terhitung dari 3 hari masuknya barang baru
  - memberikan diskon pada hari- hari tertentu dengan menggunakan system happy hours dari jam 07:00-01:00 Wita.<sup>78</sup>

#### **b. Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Distributor dan Penjual di Pasar Karombasan**

Pakaian bekas dijual pedagang sejak tahun 2009. Awalnya hanya sedikit orang yang menjual, namun seiring berjalannya waktu pedagang pakaian bekas meningkat dari sebelumnya. Sulit juga melakukan transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual pakaian bekas. pakaian bekas yang berasal dari luar negeri, antara lain Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, dan China, tidak memiliki izin atau legalitas resmi.<sup>79</sup>

Berdasarkan padahasil wawancara peneliti menyimpulkan , bahwa transaksi jual beli pakaian bekas di pasar karombasan, Penjual (Ibu Sulfa ) yang

<sup>78</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Tika (Penjual Pakaian Bekas), tanggal 04 Maret 2021.

<sup>79</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Sulfa (Penjual Pakaian Bekas), tanggal 04 Maret 2021.

menyatakan, transaksi jual beli itu terdapat dari berbagai kalangan para usaha-usaha yang termasuk berasal dari luar negeri. Dan oleh karena itu, pembeli dan penjual di pasar karombasan dapat meningkat dari sebelumnya hingga sekarang.

Sebagaimana pada surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.51 / M-DAG / PER / 7/2015 tentang larangan impor pakaian bekas. Apalagi bisnis pedagang di pasar Karombasan sudah berjalan selama kurang lebih mencapai 12 tahun.<sup>80</sup>

Pakaian bekas yang di dapat dari beberapa agen ini ada yang dihitung berdasarkan takaran satu karung atau 1 ball besar biasanya terdapat sekitar 100 potong pakaian bekas dengan harga Rp: 3.000.000. Pakaian bekas yang dijual pada pasar karombasan di kota manado ini sangat banyak yang minat, mulai dari pakaian anak-anak sampai pakaian dewasa. Terdiri atas pakaian anak-anak seperti kaos anak laki-laki dan perempuan, kemeja anak laki-laki, sampai gaun anak perempuan, sedangkan pakaian wanita seperti dress, sweater, celana jeans, kaos wanita, rok, celana pendek, kemeja, jaket, dan pakaian untuk pria seperti kemeja, kaos, celana jeans, celana pendek dan celana training spak, jas, dan jaket.<sup>81</sup>

### **c. Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Penjual Dengan Pembeli di Pasar Karombasan**

Proses transaksi pakaian bekas yang dilakukan para penjual pakaian bekas ini sama seperti proses transaksi jual beli pakaian bekas pada umumnya. hanya saja membedakan objeknya saja. adapun ketentuan harga tidak sembarang ditentukan oleh para penjual dan para distributor pakaian bekas, melainkan tergantung pada bahan dan kualitas dari pakaian bekas tersebut. Sebagian besar banyak pembeli mengetahui tentang pakaian bekas tersebut berasal dari berbagai Negara seperti Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, dan China. Kemudian para penjual memberikan kebebasan kepada para pembeli untuk memilih barang yang sesuai mereka inginkan. Pengelolaan atau perawatan yang mereka lakukan pada pakaian tersebut tidak begitu sulit, barang yang baru datang kemudian mereka pilih satu persatu dan ditempatkan atau digantung pada tempat yang sudah disediakan. Tidak ada cara perawatan atau pengelolaan khusus dalam pakaian bekas itu karena waktu mereka sudah terlalu singkat dan juga

---

<sup>80</sup>Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas.

<sup>81</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Seri (Penjual Pakaian Bekas), tanggal 04 Maret 2021.

banyak pakaian yang masuk sangat tidak memungkinkan jika pakaian-pakaian bekas itu dikelola secara khusus oleh para penjual.<sup>82</sup>

Berdasarkan hasil wawancara, Maka peneliti simpulkan proses transaksi pedagang penjual pakaian bekas di pasar karombasan, yaitu sama seperti pakaian pada umumnya seperti pakaian yang ada di supermarket dan di toko-toko baju, dan adapun harga pakaian bekas sudah di tentukan pada penjual dan distributor pakaian bekas, sehingga muda untuk pelanggan membeli barang (pakain bekas), karna harganya bisa dapat di jangkau harganya. Untuk itu para distributor (penjual) pakaian dapat memberikan kebebasan terhadap para pelanggan (pembeli) agar mereka dapat memilihpakaian yang boleh dan layak digunakan untuk di jadikan pakaian mereka untuk di pakai.

Banyak diantara para pembeli pakaian bekas yang berasal dari berbagai kalangan seperti ibu rumah tangga, anak mudah, sampai para pegawai. Alasan yang mereka sampaikan adalah barang tersebut masih layak dipakai, dan bahanya juga sangat bagus, hanya saja harus dikelola dengan baik, serta harga yang terjangkau menjadi salah satu minat masyarakat untuk membeli pakaian bekas. Para penjual sudah mengetahui bahwa pakaian bekas yang mereka kerjakan saat ini bertentangan dengan Peraturan Pemerintah, namun sangat tidak mungkin mereka meninggalkan tempat usahanya yang mereka kerjakan selama hampir 12 tahun, selain itu para penjual tidak pernah mendapatkan *complain* dari para pembeli mengenai pakaian bekas yang mereka jual selama ini.<sup>83</sup>

Penjelasan yang sama Peneliti mewawancarai kepada Informan, yaitu bahwa pembeli pakaian yang bekas, saat ini harga barang (pakaian) bekas masih bisa terjangkau dan layak digunakan oleh para pembeli dan peminat khususnya di pasar karombasan. Dan untuk itu, para penjual mengetahui bahwa barang eksport dan inport tidak memiliki Izin kuat dari pihak pemerintah, Namun dari pihak pembelih mereka tidak berkomentar untuk adanya penjual barang bekas yang ada di pasar karombasan.

Para pembeli juga mengetahui begitu banyaknya pakaian bekas yang dipajang terdapat beberapa pakaian yang sudah rusak atau cacat atau ada noda-noda, dan ada juga robek dibagian legan pakaian. Namun para penjual tidak

---

<sup>82</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Ain (Penjual Pakaian Bekas), tanggal 06 Maret 2021.

<sup>83</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Lia (Penjual Pakaian Bekas), tanggal 06 Maret 2021.

memaksa para pembeli untuk membeli pakaian tersebut, melainkan atas kerelaan dari pihak pembeli dengan pembayaran antara penjual dan pembeli dilakukan secara tunai.

Menurut Pak Wawan terkadang ada barang yang rusak, kemudian dijahit kembali agar bisa dijual kembali dan jika ada barang yang tidak bisa diperbaiki akan di jadikan kain lap. Namun Pak Wawan melakukan strategi yang biasa dilakukannya menjual Pakaian bekas di pasar Karombasan yaitu segera dicuci atau dibawa ke Loundri, agar pembeli lebih tertarik dan yakin tidak takut sakit karena pakaian bekas dipejualbelikan ke konsumen pun sudah dicuci sebelumnya.<sup>84</sup>

Dari penjelasan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa penjualan pakaian bekas ini telah memenuhi syarat, yaitu barang yang diperjualbelikan adalah barang yang dapat diambil manfaatnya. dalam praktiknya tidak terdapat unsur paksaan yang dilakukan para penjual kepada para pembeli dalam transaksi jual beli pakaian bekas ini. Namun menjadi batal karena penjualan pakaian bekas ini sangat bertentangan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 52/M-DAG/PER/7/2015 Tentang larangan impor pakaian bekas. dikarenakan dapat menyebabkan industri dalam negri terintegarsi kemudian membuat turun martabat bangsa

#### **d. Pendapat Para Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Karombasan**

Para pembeli yang sering datang untuk membeli pakaian bekas di pasar Karombasan sangat tertarik dengan kualitas barang yang bagus dan harganya yang juga murah sehingga pembeli sering mengunjungi tempat-tempat yang mereka jual setiap hari. dan peneliti akan menyajikan pendapat pembeli tentang praktek penjualan pakaian bekas di pasar karombasan menurut hasil wawancara atau *interview* yang telah peneliti wawancarai, yaitu sebagai berikut:

Ibu Sulce, senang membeli pakaian bekas yang terletak di pasar karombasan ini karena alasannya kualitas yang masih layak untuk dipakaidari pada membeli di toko yang baru atau mall, ia lebih memilih sering datang di pasar karombasan untuk membeli pakai bekas di setiap hari libur yaitu setiap hari sabtu dan minggu. Harganya yang murah tapi tidak murahan karena barang yang dijual juga cukup berkualitas. terkait harga yang

---

<sup>84</sup>Hasil Wawancara dengan Bpk Wawan (Penjual Pakaian Bekas), tanggal 06 Maret 2021.

ditawarkan oleh parah penjual pakaian bekas disini yaitu, mulai dari Rp: 50.000 sampai Rp: 10.000. ia sering membeli berbagai macam pakaian bekas seperti kaos wanita dan pria, dress anak perempuan, dan celana jeans. Ibu Sulce tidak mengetahui bahwa penjualan pakaian bekas ini illegal, karena kurangnya informasi dan hanya mengikuti teman tetangganya saja. Ibu Sulce hanya menegetahui jual beli pakaian bekas ini dari tetangganya, ia mengatakan tidak pernah mengalami penyakit menular seperti gatal-gatal, karena sebelum ia memakai pakaian bekas yang di beli, ia merendamnya terlebih dahulu, kemudian dicuci seperti biasa dengan menggunakan sabun cuci baju yang kemudian akan dikeringkan.<sup>85</sup>

Ibu Daena, yang juga sering datang untuk membeli pakaian bekas dipasar karombasan dengan alasan yang murah. Ibu Daena sering membeli pakaian seperti kaos wanita dan pria dan juga kemeja untuk dipakai sehari-hari, ia mendapat informasi pakaian bekas dari temannya. ia sering datang ke pasar karombasan untuk membeli barang yang baru masuk setiap hari sabtu dan minggu. Ibu Daena sengaja datang kepasar karombasan setiap sabtu dan minggu untuk sekaligus membeli keperluan dapur dan membeli pakaian bekas karena barangnya baru masuk pasti masih banyak yang bagus asalkan kita pandai memilih dengan teliti. Ibu Daena mengaku tidak pernah mendapatkan penyakit yang menular, meskipun tidak melakukan perawatan khusus untuk setiap pakaian yang ia beli dan ia mengaku bahwa pakaian bekas ini illegal, namun Ibu Daena tetap membeli pakaian bekas itu karena aparat pemerintah belum menghapus secara total tentang penjualan pakaian bekas ini.<sup>86</sup>

Salah satu teman saya atas nama Ayutira dan Sarintan, mereka berdua masih mahasiswa. bahwa mereka mengakui sudah lama membeli dan menggunakan pakaian bekas karena kualitas harganya sangat cocok untuk kantong anak muda sekarang. mereka sering mendapat pakaian-pakaian bermerk di pakaian bekas dipasar karombasan itu hanya dengan harga yang (Rp: 50.000) sampai (Rp: 40.000) saja. Namun ada kaos panjang hanya dengan harga (Rp: 20.000) sampai (10.000) saja. di bandingkan dengan mereka membeli baru ditokoh harganya bisa mencapai (Rp: 100.000) sampai (Rp: 200.000) dan mereka lebih memilih membeli pakaian bekas dipasar karombasan karena harganya cocok dan murah untuk mereka. kalau untuk bahaya seperti kuman yang di pakaian bekas itu sudah menjadi resiko pengguna, namun mereka menggunakan cara setelah membeli pakaian bekas, mereka rendam dengan air panas sampai beberapa jam kemudian pakaian bekas itu mereka bawah ke tempat laundry untuk di cuci. mereka mengetahui bahwa pakaian bekas ini adalah illegal, namun mereka tetap

---

<sup>85</sup>Hasil Wawancara dengan Ibu Sulce (Pembeli Pakaian Bekas), tanggal 07 Maret 2021.

<sup>86</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Daena (Pembeli Pakaian Bekas), tanggal 07 Maret 2021.

membelinya karena penjualan itu masih tetap beredar meski telah dilarang oleh pemerintah.<sup>87</sup>

Bapak Feri, ia sering membeli pakaian bekas di pasar karombasan karena harganya yang tidak terlalu mahal dari pada pakaian yang baru di jual di mall atau toko-toko biasanya. kualitas yang bagus dan bisa menarik Bapak Feri membeli pakaian bekas disini. biasanya ia membeli jaket yang di jual oleh penjual pakaian bekas. harga yang ditawarkan mulai dari (Rp: 50.000) sampai (Rp:45.000) ia sering membeli pakaian bekas di pasar karombasan karena ia suka mengoleksi jaket dan kalau pintar memilih akan mendapatkan bahan yang bermerk dan bagus harganya juga murah. ia memang tidak pernah mengetahui bahwa pakaian bekas ini adalah barang yang illegal, namun ia mengetahui seminggu setelah ia membeli pakaian bekas itu, maka Bapak Feri berhenti membeli pakaian bekas itu, ia mengatakan ingin menjadi warga Negara yang baik dan patuh peraturan pemerintah dal hal itu peraturan Menteri Perdagangan.<sup>88</sup>

Menurut Ibu Novita, dia membeli pakaian bekas di pasar Karombasan yang kelihatannya bagus tapi ada beberapa jahitan yang kurang rapi, tapi dia sering mendengarnya dari teman-teman seniornya dan akhirnya ia banyak membeli pakaian bekas itu, awalnya ragu-ragu untuk membeli pakaian bekas ini karena terlihat kusam tetapi barangnya terlihat bagus. Suatu hari dia mendapat pakaian yang terbuka di sisi lengan kemeja yang pakaian ia beli, sampai rumah saya jahit sedikit kemudian dicuci direndam air panas lalu dicuci seperti biasa, selama itu dia tidak pernah kena penyakit apapun dari pakaian bekas yang dibeli di pasar karombasan dan pakaian itu masih saya pakai sampai saat ini.<sup>89</sup>

Dari penjelasan peminat atau pembeli(masyarakat) di atas tentang pakaian bekas di pasar karombasan tersebut. Bahwa pakaian bekas yang dijual di pasar karombasan adalah pakaian dari luar negri yang bermerk, dan kualitasnya masih sangat bagus, dan masyarakat yang membeli pakaian bekas baik dari kalangan dewasa maupun anak muda, para penjual pakaian bekas di pasar karombasan tidak dapat masalahnya seperti barang-barang yang ada pada pakaian bekas yang dijual. para pembeli pakaian bekas tidak pernah mengalami masalah kesehatan seperti timbulnya gatal-gatal, bisul ataupun penyakit lainnya.

---

<sup>87</sup> Hasil Wawancara dengan Ayutira dan Sarintan (Pembeli Pakaian Bekas), tanggal 07 Maret 2021.

<sup>88</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Feri (Pembeli Pakaian Bekas), tanggal 09 Maret 2021.

<sup>89</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Novita (Pembeli Pakaian Bekas), tanggal 09 Maret 2021.

Para pembeli pakaian bekas di pasar karombasan menggunakan cara mereka sendiri yaitu mencuci pakaian bekas tersebut. dengan direndam terlebih dahulu dengan air panas, kemudian dicuci seperti biasa, sehingga para pembeli tidak pernah mengeluh masalah kesehatan. dan para penjual pakaian bekas di pasar karombasan tidak pernah memaksa para pembeli untuk membeli pakaian bekas yang sudah terdapat cacat pada pakaian di jual.

Meski Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas telah jelas dibuat, namun masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahwa pakaian bekas ini termasuk barang yang illegal. hal ini disebabkan karena kurangnya informasi yang diterima masyarakat. dan tidak ada tindakan dari pemerintah mengenai penjualan pakaian bekas yang masih beredar sampai sekarang ini.

Berdasarkan banyak masyarakat yang tidak perduli mengenai dampak negatif, karena para pembeli tertarik dengan murahnya harga dan kualitasnya yang ditawarkan penjual kepada pembeli pakaian bekas sehingga menjadikan harga diri bangsa menjadi rendah dimata Negara lain.

Menurut Bapak Polisi, Edil P Tonduk, pakaian bekas itu memang sudah dilarang sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang larangan impor pakaian bekas, Namun masih banyak penjual pakaian bekas di pasar karombasan karena mereka memiliki surat izin usaha perdagangan dan mereka tidak bisa bertindak untuk menangkap atau melarang para penjual pakaian bekas.

Kemudian kendala yang di alami dalam melaksanakan kebijakan pelarangan impor pakaian bekas di pasar Karombasan Kota Manado selain masyarakat yang selalu berkolaborasi dengan proses penyelundupan pakaian bekas. Maka polisi yang akan melaksanakan regulasi uu berdiskusi dengan pihak DPD namun pada akhirnya terjadi perdebatan dengan DPD karena terkait dengan perekonomian masyarakat, sehingga polisi tidak mengambil langkah terlalu dalam terkait impor pakaian bekas, jika ada informasi dan ada orang yang tertangkap menyelundup, maka polisi menyerahkannya kepada bea dan cukai, jadi disini polisi hanya bertugas sebagai pengamanan.

Tugas mengawasi masuknya pakaian bekas dari negara lain ke Indonesia adalah bea dan cukai di kota Manado, kepolisian hanya bertugas mengawasi, TNI AL saat melakukan penangkapan juga dilimpahkan ke bea dan cukai, POLAIR melakukan patroli laut untuk membantu mengontrol masuknya pakaian bekas di kota Manado.

Pemerintah Kota Manado sendiri harus tegas karena ini merupakan larangan dari Kementerian Perdagangan yang sudah memiliki larangan, namun secara tidak langsung pemerintah menyetujui perdagangan pakaian bekas ini dengan alasan faktor ekonomi masyarakat kota manado.

Polisi hanya melakukan pengawasan, ketika ada pergerakan masyarakat dalam penyelundupan pakaian bekas maka polisi memberitahukan dan melimpahkannya ke kantor bea cukai kota Manado.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Hasil Wawancara Dengan Pihak Yang Berwenang Bapak, Edil P, Tonduk(Tentang Pakaian Bekas) tanggal 11 Maret 2021.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari semua pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disusun oleh peneliti dalam Judul Skripsi “Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam”. (Studi Kasus di Pasar Karombasan Kota Manado) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan sebelum mereka menjual pakaian bekas itu mereka mencuci terlebih dahulu sebelum di jual kepada para pembeli pakaian bekas di pasar karombasan. Praktek pakaian bekas di pasar karombasan telah memenuhi rukun dan syarat dalam muamalah dalam transaksi jual beli ini adalah orang yang berakad yaitu penjual pakaian bekas dan pembeli pakaian bekas yang telah memenuhi syarat yaitu baligh atau berakal, mampu atau dapat membedakan antara yang baik dan yang buruk. Adanya ma'qud alaih atau barang yang diperdagangkan yaitu pakaian bekas.
2. Dalam perspektif hukum Islam, pakaian bekas di pasar Karombasan sah atau shahih dalam prakteknya karena rukun dan syarat ketentuan sudah terpenuhi. Namun dibatalkan dari segi objeknya karena pakaian bekas tersebut tergolong barang ilegal, meski masih terlihat aman digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh pembeli. Namun demikian tetap dilarang

karena sesuai dengan peraturan Menteri Perdagangan tentang larangan impor pakaian bekas yang dapat menimbulkan kerugian yang sangat besar karena berpotensi membahayakan kesehatan manusia, merusak industri dalam negeri dan menurunkan harga diri bangsa.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah dalam hal ini menteri perdagangan diharapkan dapat bertindak masuknya impor pakaian bekas. tidak hanya bisa membuat peraturan larangan impor. juga harus mengatur pembatasan dan pengawasan pakaian bekas yang masih beredar hingga saat ini. Selain untuk menertibkan, upaya menekan peredaran pakaian bekas juga diperlukan mewujudkan martabat bangsa. Hal ini dimaksudkan agar tidak ada pelaku usaha yang tidak memenuhi ketentuan syara dan peraturan perundang-undangan pemerintah dalam menjalankan usahanya.
2. Pembeli yang selalu membeli pakaian bekas di pasar Karombasan harus lebih memperhatikan baik dan buruknya dalam memilih barang yang akan dikonsumsi, sehingga harus terlebih dahulu melakukan pengamatan yang cermat terhadap objek jual beli dengan memperhatikan kondisi yang ada. dan kesesuaian barang yang akan dibeli, sehingga diharapkan diperoleh hasil yang sesuai. dengan perkiraan dan tidak menderita kerugian bagi diri sendiri atau kerugian Negara.

## DAFTAR PUSTAKA

A.A. Waskito, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Cet V, (Jakarta: Wahyu Media, 2009).

A.A. Waskito, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*,

Agus Budianto, *Formalin Dalam Kajian UU Kesehatan; (UU Pangan dan UU Perlindungan Konsumen) Al-"Adalah Jurnal Hukum Islam*, (Fakultas Syariah IAIN RIL, Vol.9, No.I, Juni 2010).

Ahmad Afifudin Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Semarang, Lulusan Tahun 2015.

Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid I*, (Jakarta: Kencana, 2009).

Ahmad bin Muhammad bin Hambal, *Musnad Imam Ahmad bin Hambal*, Juz XXVIII (Muassasah al-Risalah 1421 H/2001 M).

Balqis, *Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah*, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, (Jakarta, 2008).

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: ALFABETA, 2009).

Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan raktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta,2010).

Dimyauddin Djuwaini *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008).

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008).

Faridatun Sa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Islam*, *Al-Iqtishad*: Vol. 1, No. 2, Juli, 2009.

Handito Joewono, *Strategy Management* (Jakarta: Arrbey, 2012).

Hanjoyo Bono Nimpuno, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pandom Media Nusantara, 2014).

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006).

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006).

<http://jurnal.unisu.ac.id/index.php/hurmanfalah/article/download/4811/286>  
3, Diakses Pada Tanggal 26 Februari 2021, 09:54 Wita.

<http://mysharing.co/banyak-mengandung-bakteri-jangan-beli-pakaian-impor-bekas/>, Diakses pada tanggal 25 November 2020, 15-32 Wib.

Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).

Ibnu Mas'ud dan Zaenal Abidin, *Fiqih Mazhab Syafi'i*, (Bandung; pustaka setia, 2008).

Iman Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017).

Istianah Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Yogyakarta, Lulusan Tahun 2015.

Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*, (Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies, 2014).

Ita Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*, Jurnal Khatulistiwa Vol. 4 No. 1 Maret 2014.

John J. Wild, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003).

Jusuf Soewadji, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Terbit Terang Surabaya, 2002).

Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2017).

Lexy Modeong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2006).

Lexy Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*.

Louisia Wisnuwardhani Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Lulusan Tahun 2015.

Misbahul Munir, *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah*, (Malang: UIN Malang Press, 2007).

Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*.

Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Kencana, 2006).

Nafarin, *Pengangguran Perekonomian Edisi Ketiga* (Jakarta: Salemba Empat, 2006).

Najamuddin Muhammad, *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Entrepreneur* (Jogjakarta: DIVA Press, 2013).

Nawari Ismail, *Metode Penelitian untuk Studi Islam: Panduan Praktis dan Diskusi Isu* (Yogyakarta: UMY, 2015).

Nurcholifah, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*, (Jurnal Khatulistiwa-Journal Of Islamic Studies, 2014).

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas.

Potner dan Patrici, *Kebutuhan Manusia*, (Jakarta: Tiara Wacana, 1997).

Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011).

Sadono Sukirno, *Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1994).

Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, (Jakarta: Rajawali, 1982).

Soerjono Soekarno & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001).

Soerjono Soekarno & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001).

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta: Raja Grafindo, 2007).

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011).

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Alfabeta: Bandung, cet, ke 8, 2009).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016).

Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 1987).

*Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989).

Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012).

Yurnani Mahasiswi Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim (Riau, Lulusan Tahun 2015).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO  
FAKULTAS SYARIAH**

*Jalan Dr S H Sarundajang Kawasan Ringroad 1 Manado, Tolpon/Fax 0431- 860616 Manado 95128*

Nomor : B- 95 /In 25/F 1/TL 00/03/2021  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Manado, 10 Maret 2021

Kepada Yth.  
1. Kepala Kepolisian Sektor Karombasan  
2. Kepala Pasar Karombasan

Di -  
Tempat.

**Assalamu'alaikum wr wb.**

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang tersebut di bawah ini:

Nama : Miranti Mangamba  
NIM : 16 1 2 016  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Alamat : Perkamil, Kec. Paal Dua, Kota Manado.

Bermaksud melakukan penelitian di Kantor Kepolisian Sektor Karombasan dan dan Pasar Karombasan, dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul "**Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (cabok) terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Huku Islam**" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum**. Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian selama 2 (Dua) bulan terhitung dari tanggal 03 Maret 2021 s.d. 03 Mei 2021.

Demikian harapan kami dan terima kasih atas perkenan dan kerjasamanya.

*Wassalam*  
/Dekan,

/ Dr. Hj. Salma, M.HI  
NIP. 196905041994032003

Tembusan:  
Rektor IAIN Manado.

### **PEDOMAN WAWANCARA**

1. Bagaimana Pemasaran Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan..?
2. Bagaimana Transaksi Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan Perspektif Hukum Islam..?
3. Bagaimana Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Distributor dan Penjual di Pasar Karombasan..?
4. Bagaimana Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Penjual Dengan Pembeli di Pasar Karombasan..?
5. Bagaimana Menurut Para Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Karombasan...?

### CATATAN LAPANGAN

Metode Pengumpulan Data : Wawancara

Narasumber : Ibu Tika, (Penjual)

Jabatan : Penjual Pakaian Bekas

Lokasi : Pasar karombasan

Untuk Mendapatkan Data Yaitu, Tentang Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam, Dalam Hal Ini Melakukan Wawancara Dengan Ibu Tika Selaku Penjual Pakaian Bekas (Cabok). Sebagai Berikut :

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
1.	Bagaimana Pemasaran Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan..?	Strategi pemasaran pakaian bekas (cabok) di pasar karombasan sebelum mereka menjual pakaian bekas itu mereka mencuci terlebih dahulu sebelum di jual kepada para pembeli pakaian bekas di pasar karombasan. Sedangkan praktik yang terjadi pada subjek/objek Pasar Karombasan yang mengadakan perjanjian jual beli pakaian bekas di pasar Karombasan terdiri dari dua pihak yaitu penjual pakaian bekas dan pembeli pakaian bekas dalam jual beli pakaian bekas di pasar Karombasan secara keseluruhan telah terpenuhi secara rukun dalam transaksi jual beli, penjual dan pembeli pakaian bekas sudah dewasa, dan dapat membedakan antara hal baik dan buruk bagi diri mereka sendiri, serta penjual

		<p>dan pembeli pakaian bekas secara mental sehat jasmani dan rohani.</p>
--	--	--

### CATATAN LAPANGAN

Metode Pengumpulan Data	: Wawancara
Narasumber	: Ibu Sulfa, (Penjual)
Jabatan	: Penjual Pakaian Bekas
Lokasi	: Pasar karombasan

Untuk Mendapatkan Data Yaitu, Tentang Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam, Dalam Hal Ini Melakukan Wawancara Dengan Ibu Sulfa Selaku Penjual Pakaian Bekas (Cabok). Sebagai Berikut :

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
2.	Bagaimana Transaksi Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan Perspektif Hukum Islam..?	Yaitu, Jual beli pakaian bekas di pasar karombasan menurut perspektif hukum Islam pada dasarnya sudah sesuai rukun dan syarat dalam muamalah karena barang atau objek yang diakadkan jelas kualitasnya juga bermanfaat, kemudian pembeli atau masyarakat bisa memilih pakaian yang akan mereka beli sebelum mereka melakukan transaksi.

### CATATAN LAPANGAN

Metode Pengumpulan Data	: Wawancara
Narasumber	: Ibu Seri, (Penjual)
Jabatan	: Penjual Pakaian Bekas
Lokasi	: Pasar karombasan

Untuk Mendapatkan Data Yaitu, Tentang Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam, Dalam Hal Ini Melakukan Wawancara Dengan Ibu Seri Selaku Penjual Pakaian Bekas (Cabok). Sebagai Berikut :

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
3.	Bagaimana Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Distributor dan Penjual di Pasar Karombasan..?	Pakaian bekas dijual pedagang sejak tahun 2009. Awalnya hanya sedikit orang yang menjual, namun seiring berjalannya waktu pedagang pakaian bekas meningkat dari sebelumnya. Sulit juga melakukan transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual pakaian bekas. pakaian bekas yang berasal dari luar negeri, antara lain Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, dan China, tidak memiliki izin atau legalitas resmi. Pakaian bekas yang di dapat dari beberapa agen ini ada yang terhitung berdasarkan takaran satu karung atau 1 ball besar biasanya terdapat sekitar 100 potong pakaian bekas dengan harga Rp: 3.000.000. Pakaian bekas yang dijual pada pasar karombasan di kota manado ini sangat banyak yang minat, mulai dari pakaian anak-

		<p>anak sampai pakaian dewasa. Terdiri atas pakaian anak-anak seperti kaos anak laki-laki dan perempuan, kemeja anak laki-laki, sampai gaun anak perempuan, sedangkan pakaian wanita seperti dress, sweater, celana jeans, kaos wanita, rok, celana pendek, kemeja, jaket, dan pakaian untuk pria seperti kemeja, kaos, celana jeans, celana pendek dan celana training spak, jas, dan jaket.</p>
--	--	---

### CATATAN LAPANGAN

Metode Pengumpulan Data	: Wawancara
Narasumber	: Ibu Ain, Ibu Lia dan Bapak Wawan.
Jabatan	: Penjual Pakaian Bekas
Lokasi	: Pasar karombasan

Untuk Mendapatkan Data Yaitu, Tentang Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam, Dalam Hal Ini Melakukan Wawancara Dengan Ibu Ain, Ibu Lia dan Bapak Wawan Selaku Penjual Pakaian Bekas (Cabok). Sebagai Berikut :

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
4.	Bagaimana Proses Transaksi Pedagang Pakaian Bekas Antara Penjual Dengan Pembeli di Pasar Karombasan..?	Proses transaksi jual beli pakaian bekas yang dilakukan para penjual pakaian bekas ini sama seperti proses transaksi jual beli pakaian bekas pada umumnya. hanya saja membedakan objeknya saja. adapun ketentuan harga tidak sembarang ditentukan oleh para penjual dan para distributor pakaian bekas, melainkan tergantung pada bahan dan kualitas dari pakaian bekas tersebut. Sebagian besar banyak pembeli mengetahui tentang pakaian bekas tersebut berasal dari berbagai Negara seperti Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, dan China. Kemudian para penjual memberikan kebebasan kepada para pembeli untuk memilih barang yang sesuai mereka inginkan. Pengelolaan atau perawatan yang mereka lakukan pada

	<p>pakaian tersebut tidak begitu sulit, barang yang baru datang kemudian mereka pilih satu persatu dan ditempatkan atau digantung pada tempat yang sudah disediakan. Tidak ada cara perawatan atau pengelolaan khusus dalam pakaian bekas itu karena waktu mereka sudah terlalu singkat dan juga banyak pakaian yang masuk sangat tidak memungkinkan jika pakaian-pakaian bekas itu dikelola secara khusus oleh para penjual.</p> <p>Banyak diantara para pembeli pakaian bekas yang berasal dari berbagai kalangan seperti ibu rumah tangga, anak mudah, sampai para pegawai. Alasan yang mereka sampaikan adalah barang tersebut masih layak dipakai, dan bahanya juga sangat bagus, hanya saja harus dikelola dengan baik, serta harga yang terjangkau menjadi salah satu minat masyarakat untuk membeli pakaian bekas.</p> <p>Para penjual sudah mengetahui bahwa jual beli pakaian bekas yang mereka kerjakan saat ini bertentangan dengan Peraturan Pemerintah, namun sangat tidak mungkin mereka meninggalkan tempat usahanya yang mereka kerjakan selama hampir 12 tahun, selain itu para penjual tidak pernah mendapatkan <i>complain</i> dari para pembeli mengenai pakaian bekas yang mereka jual selama ini. Menurut Pak Wawan terkadang ada barang yang rusak, kemudian dijahit kembali agar bisa dijual kembali dan jika ada</p>
--	--

		<p>barang yang tidak bisa diperbaiki akan di jadikan kain lap. Namun Pak Wawan melakukan strategi yang biasa dilakukannya menjual Pakaian bekas di pasar Karombasan yaitu segera dicuci atau dibawa ke Loundri, agar pembeli lebih tertarik dan yakin tidak takut sakit karena pakaian bekas dipejualbelikan ke konsumen pun sudah dicuci sebelumnya.</p>
--	--	---

## CATATAN LAPANGAN

Metode Pengumpulan Data	: Wawancara
Narasumber	: Ibu Sulce, Ibu Daena, Ayutira, Sarintang, Bapak  Feri, Ibu Novita.
Jabatan	: Penjual (Pembeli) Pakaian Bekas
Lokasi	: Pasar karombasan

Untuk Mendapatkan Data Yaitu, Tentang Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam, Dalam Hal Ini Melakukan Wawancara Dengan Ibu Sulce, Ibu Daena, Bapak Feri dan Ibu Novita Selaku Pembeli Pakaian Bekas (Cabok). Sebagai Berikut :

NO	PERTANYAAN	HASIL WAWANCARA
5.	Bagaimana Menurut Para Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Karombasan...?	Ibu Sulce, senang membeli pakaian bekas yang terletak di pasar karombasan ini karena alasannya kualitas yang masih layak untuk dipakai dari pada membeli di toko yang baru atau mall, ia lebih memilih sering datang di pasar karombasan untuk membeli pakai bekas di setiap hari libur yaitu setiap hari sabtu dan minggu. Harganya yang murah tapi tidak murahan karena barang yang dijual juga cukup berkualitas. terkait harga yang ditawarkan oleh parah penjual pakaian bekas disini yaitu, mulai dari Rp: 50.000 sampai Rp: 10.000. ia sering membeli berbagai macam pakaian bekas seperti kaos wanita

	<p>dan pria, dress anak perempuan, dan celana jeans. Ibu Sulce tidak mengetahui bahwa penjualan pakaian bekas ini ilegal, karena kurangnya informasi dan hanya mengikuti teman tetangganya saja. Ibu Sulce hanya mengetahui jual beli pakaian bekas ini dari tetangganya, ia mengatakan tidak pernah mengalami penyakit menular seperti gatal-gatal, karena sebelum ia memakai pakaian bekas yang di beli, ia merendamnya terlebih dahulu, kemudian dicuci seperti biasa dengan menggunakan sabun cuci baju yang kemudian akan dikeringkan</p> <p>Ibu Daena, yang juga sering datang untuk membeli pakaian bekas dipasar karombasan dengan alasan yang murah. Ibu Daena sering membeli pakaian seperti kaos wanita dan pria dan juga kemeja untuk dipakai sehari-hari, ia mendapat informasi pakaian bekas dari temannya. ia sering datang ke pasar karombasan untuk membeli barang yang baru masuk setiap hari sabtu dan minggu. Ibu Daena sengaja datang ke pasar karombasan setiap sabtu dan minggu untuk sekaligus membeli keperluan dapur dan membeli pakaian bekas karena barangnya baru masuk pasti masih banyak yang bagus asalkan kita pandai memilih dengan teliti. Ibu Daena mengaku tidak pernah mendapatkan penyakit yang menular, meskipun tidak melakukan perawatan khusus untuk setiap pakaian yang</p>
--	---

	<p>ia beli dan ia mengaku bahwa pakaian bekas ini illegal, namun Ibu Daena tetap membeli pakaian bekas itu karena aparat pemerintah belum menghapus secara total tentang penjualan pakaian bekas ini.</p> <p>Salah satu teman saya atas nama Ayutira dan Sarintan, mereka berdua masih mahasiswa. bahwa mereka mengakui sudah lama membeli dan menggunakan pakaian bekas karena kualitas harganya sangat cocok untuk kantong anak mudah sekarang. mereka sering mendapat pakaian-pakaian bermerk di pakaian bekas dipasar karombasan itu hanya dengan harga yang (Rp: 50.000) sampai (Rp: 40.000) saja. Namun ada kaos panjang hanya dengan harga (Rp: 20.000) sampai (10.000) saja. di bandingkan dengan mereka membeli baru ditokoh harganya bisa mencapai (Rp: 100.000) sampai (Rp: 200.000) dan mereka lebih memilih membeli pakaian bekas dipasar karombasan karena harganya cocok dan murah untuk mereka. kalau untuk bahaya seperti kuman yang di pakaian bekas itu sudah menjadi resiko pengguna, namun mereka menggunakan cara setelah membeli pakaian bekas, mereka rendam dengan air panas sampai beberapa jam kemudian pakaian bekas itu mereka bawah ke tempat laundry untuk di cuci. mereka mengetahui bahwa pakaian bekas ini adalah illegal, namun mereka tetap membelinya karena</p>
--	---

	<p>penjualan itu masih tetap beredar meski telah dilarang oleh pemerintah.</p> <p>Bapak Feri, ia sering membeli pakaian bekas di pasar karombasan karena harganya yang tidak terlalu mahal dari pada pakaian yang baru di jual di mall atau toko-toko biasanya. kualitas yang bagus dan bisa menarik Bapak Feri membeli pakaian bekas disini. biasanya ia membeli jaket yang di jual oleh penjual pakaian bekas. harga yang ditawarkan mulai dari (Rp: 50.000) sampai (Rp:45.000) ia sering membeli pakaian bekas di pasar karombasan karena ia suka mengoleksi jaket dan kalau pintar memilih akan mendapatkan bahan yang bermerk dan bagus harganya juga murah. ia memang tidak pernah mengetahui bahwa pakaian bekas ini adalah barang yang illegal, namun ia mengetahui seminggu setelah ia membeli pakaian bekas itu, maka Bapak Feri berhenti membeli pakaian bekas itu, ia mengatakan ingin menjadi warga Negara yang baik dan patuh peraturan pemerintah dal hal itu peraturan Menteri Perdagangan.</p> <p>Menurut Ibu Novita, dia membeli pakaian bekas di pasar Karombasan yang kelihatannya bagus tapi ada beberapa jahitan yang kurang rapi, tapi dia sering mendengarnya dari teman-teman seniornya dan akhirnya ia banyak membeli pakaian bekas itu, awalnya ragu-ragu untuk membeli</p>
--	--

	<p>pakaian bekas ini karena terlihat kusam tetapi barangnya terlihat bagus. Suatu hari dia mendapat pakaian yang terbuka di sisi lengan kemeja yang pakaian ia beli, sampai rumah saya jahit sedikit kemudian dicuci direndam air panas lalu dicuci seperti biasa, selama itu dia tidak pernah kena penyakit apapun dari pakaian bekas yang dibeli di pasar karombasan dan pakaian itu masih saya pakai sampai saat ini.</p>
--	--

## LAMPIRAN DOKUMENTASI

### 1. WAWANCARA DENGAN APARAT KEPOLISIAN



### 2. WAWANCARA DENGAN PENJUAL DAN PEMBELI PAKAIAN BEKAS









**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jln. Dr. SH. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado 95128 Telepon/Fax (0431) 860616/850774

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

No. B- 919 /In.25/F.I/PP.00.9/09/2021

Dekan Fakultas Syariah IAIN Manado menerangkan bahwa:

Nama : Miranti Mangamba  
 NIM : 16.1.2.016  
 Prodi/Semester : Hukum Ekonomi Syariah/XI  
 Judul Skripsi : **"Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam" (Studi Kasus di Pasar Karombasan Kota Manado)**

Rumusan Masalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran para pedagang pakaian bekas (Cabok) di Pasar Karombasan telah memenuhi ketentuan hukum Islam
2. Bagaimana transaksi perdagangan perspektif hukum Islam tentang pakaian bekas (Cabok) di Pasar Karombasan

Telah dilakukan pengecekan plagiat melalui Turnitin dan dinyatakan **bebas plagiat** dengan *similarity index* 17% (*original report* terlampir).

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 21 September 2021

Dekan,



*[Handwritten Signature]*  
 Dr. Salma, M.HI

NIP. 196905041994032003

## RIWAYAT HIDUP



Nama : Miranti Mangamba

Tempat/Tanggal Lahir : Tawentung 03 Desember 1997

Alamat : Tawentung Kampung, Bukide Timur,  
Kec.Tabukan.Kab,Kepulauan Sangihe

Jenis Kelamin : Perempuan (Wanita)

Fakultas : Syariah

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Nim : 16.1.2.016

E-mail : [mirantimangamba@iain-manado.ac.id](mailto:mirantimangamba@iain-manado.ac.id)

No/Tlp/Hp : 082347388496

Nama Orang Tua :

a. Ayah : Halit Mangamba

b. Ibu : Suratmin Sandala

Riwayat Pendidikan :

a. SD Limbalo : Lulusan 2010

b. SMP Negeri 1 Enggohe : Lulusan 2013

c. MA-Yapist Tahuna : Lulusan 2016