



ANALISIS SISTEM TRANSAKSI MASYARAKAT BANJAR DALAM JUAL-BELI BAJU WANITA DI PASAR R****YANA BANJARMASIN: PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Jasmine Ghina Sanniya¹, Anwar Hafidzi², M. Hanafiah³

^{1,2,3}Pascasarjana Universitas Islam Negeri Banjarmasin

Email : Jasmineghinas@gmail.com¹, anwar.hafidzi@gmail.com², hanafiah@uin-antasari.ac.id³

Received 20-10-2023 | Received in revised form 02-11-2023 | Accepted 12-12-2023

Abstract

This journal presents the results of an analysis of the Banjar community's transaction system in buying and selling women's clothes at R****yana Market in Banjarmasin, with a focus on an Islamic economic perspective. In this study, the sales trend of the store was analyzed, taking into account aspects such as sales promotion, promotion policy, obstacles in sales, and the role of social media as a promotional tool. Interviews with shop owners provided insight into the state of the industry. The interviews showed that the weekly turnover of goods and fashion trends is one aspect that affects sales. In addition, the impact of the COVID-19 pandemic appears to be significant, with the consumer shift to online shopping continuing despite the end of the pandemic. Fierce competition, especially in terms of sourcing goods from T*nah Ab*ng, Jakarta, is a major obstacle. Vendors compete by significantly lowering prices, which results in very little profit per garment. Innovations such as attempting to sell online through platforms like Instagram are strategies that merchants are trying, although businesses still face difficulties in implementing them.

Keywords: *Transaction System, Sales dynamics, Women's clothing store*

Abstrak

Jurnal ini menyajikan hasil analisis terhadap sistem transaksi masyarakat Banjar dalam jual-beli baju wanita di Pasar R****yana Banjarmasin, dengan fokus pada perspektif ekonomi Islam. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap tren penjualan toko tersebut, dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti promosi penjualan, kebijakan promosi, kendala dalam penjualan, dan peran media sosial sebagai alat promosi. Wawancara dengan pemilik toko memberikan wawasan mendalam terhadap kondisi industri ini. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pergantian barang dan tren mode perminggu menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi penjualan. Selain itu, dampak pandemi COVID-19 tampak signifikan, dengan pergeseran konsumen ke belanja online yang berlanjut meskipun pandemi berakhir. Kondisi persaingan yang ketat, terutama dalam hal

pengadaan barang dari T*nah Ab*ng, Jakarta, menjadi kendala utama. Para penjual bersaing dengan menurunkan harga secara signifikan, yang mengakibatkan keuntungan per pakaian sangat minim. Inovasi seperti percobaan berjualan online melalui platform seperti Instagram menjadi strategi yang dicoba oleh pedagang, meskipun pelaku usaha masih menghadapi kesulitan dalam mengimplementasikannya.

Kata Kunci: Sistem Transaksi, Dinamika penjualan, Toko pakaian wanita

PENDAHULUAN

Menurut pengertian *lughawinya*, transaksi jual beli adalah saling menukar (pertukaran), dan kata "*Al Bai*" (jual) dan "*Asy Syira*" (beli) umumnya digunakan dengan makna yang serupa. Dalam konteks syari'at, jual beli merujuk pada pertukaran harta yang didasarkan pada kesepakatan bersama atau pemindahan kepemilikan dengan imbalan yang dianggap sah.¹

Menurut pandangan Islam, jual beli dipasar harus dilakukan dengan etika dan moral yang baik. Para pedagang harus jujur dan tidak menipu dalam menjual barang, serta tidak memanipulasi timbangan atau ukuran barang yang dijual.

Hendi Suhendi dalam karyanya "*Fiqh Muamalah*" menyatakan bahwa salah satu persyaratan untuk suatu transaksi adalah kemampuan untuk diketahui atau dilihat. Barang yang diperdagangkan harus memiliki kejelasan terkait jumlahnya, beratnya, takarannya, atau parameter ukuran lainnya. Oleh karena itu, suatu transaksi jual beli dianggap tidak sah jika menimbulkan keraguan bagi salah satu pihak.²

Dalam konteks dinamika ekonomi lokal, pasar tradisional memiliki peran penting sebagai pusat aktivitas jual-beli masyarakat. Pasar Ramayana Banjarmasin, sebagai salah satu pasar tradisional di daerah ini, mengalami perubahan signifikan dalam sistem transaksi, terutama sejak awal pandemi COVID-19.

Wawancara dengan salah satu penjual di pasar ini mencerminkan penurunan penjualan yang mencolok sejak masa pandemi hingga periode pasca-pandemi. Pandemi COVID-19 memaksa penjual di Pasar R****yana Banjarmasin untuk menghadapi tantangan ekonomi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Meskipun berharap pada pemulihan setelah pandemi, penjualan tetap merosot, terutama karena perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke belanja online.

Fenomena ini telah merubah lanskap transaksi di pasar tradisional, menciptakan situasi persaingan yang intensif di antara penjual yang bersaing untuk menarik pelanggan

¹ Sayyid Sabiq. 1988. *Fiqh Sunnah, Jilid 12, Terjemah Oleh A. Marzuki*. (Bandung: Pustaka Al- Ma Arif). Hlm. 47.

² Hendi Suhendi. 2008. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hlm. 73.

yang semakin berkurang. Sistem transaksi di pasar mengalami ketidakstabilan karena penurunan penjualan.

Penjual secara kompetitif berlomba-lomba untuk menarik pembeli dengan strategi harga yang kompetitif, mengakibatkan penurunan nilai barang dan ketidakpastian dalam keuntungan yang diperoleh oleh para penjual. Model penjualan baju dengan harga patrai, yang sebelumnya mengharuskan pembeli membeli minimal 3 (tiga) lembar dengan model yang sama, juga mengalami perubahan signifikan. Kini, penjual beralih ke model penjualan eceran, di mana pembeli dapat membeli satu baju dengan harga partai.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap sistem transaksi masyarakat Banjar dalam jual-beli baju wanita di Pasar R****yana Banjarmasin, dengan fokus pada perspektif ekonomi Islam. Upaya ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dampak perubahan perilaku konsumen dan persaingan di pasar tradisional, serta bagaimana masyarakat lokal menyesuaikan sistem transaksinya untuk menghadapi tantangan ekonomi yang dihadapi.

METODE

1. Survei dan Observasi:

- a. Melakukan survei untuk mengumpulkan data dari pemilik toko, pekerja, dan konsumen terkait transaksi jual beli baju wanita dipasar R****yana.
- b. Observasi langsung di toko pakaian wanita tersebut untuk memahami proses transaksi yang ada disana.

2. Wawancara: Melakukan wawancara dengan pemilik toko, pekerja, dan pihak terkait untuk mendapatkan wawasan langsung tentang sistem transaksi jual beli.

HASIL DAN DISKUSI

Pasar R****yana Banjarmasin mengalami perubahan signifikan dalam sistem transaksi, terutama dipengaruhi oleh pandemi COVID-19 dan pergeseran perilaku konsumen ke belanja online. Analisis mendalam terhadap perubahan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika ekonomi lokal dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis, terutama penjual baju wanita di pasar tradisional.

1. Dampak Pandemi Terhadap Penjualan

Hasil wawancara dengan penjual menunjukkan bahwa penurunan penjualan bukan hanya terjadi selama masa pandemi, tetapi berlanjut setelahnya. Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak serius terhadap perekonomian global dan perilaku konsumen di Indonesia. Meskipun berharap pemulihan ekonomi setelah pandemi,

konsumen cenderung tetap beralih ke belanja online, yang mengakibatkan penjualan di pasar tradisional tidak seramai tingkat sebelum pandemi.³

2. Persaingan dan ketidakstabilan harga

Hasil wawancara penulis dengan salah satu penjual yang menyebutkan bahwa situasi persaingan yang semakin ketat di Pasar R****yana Banjarmasin telah menciptakan ketidakstabilan harga. Dalam upaya menarik pembeli yang semakin berkurang, penjual bersaing untuk menetapkan harga yang lebih rendah. Dalam bukunya Sutrisno (2018) menjelaskan bahwa persaingan harga dapat menciptakan situasi di mana nilai barang turun, dan ini dapat mengakibatkan ketidakpastian dalam keuntungan yang diperoleh oleh para penjual.⁴

Dalil Penetapan Harga dalam Islam :

Prinsipnya, transaksi jual beli dianggap tidak masalah dengan harga yang diinginkan oleh penjual, baik itu mahal atau murah, selama terdapat kesepakatan atau kepuasan bersama antara penjual dan pembeli. Allah Ta'ala berfirman,

أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِلْطَافٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang tidak benar, kecuali melalui perdagangan yang berlangsung dengan kerelaan di antara kamu." (QS. An-Nisaa: 29)

Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam bersabda,

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

"Sesungguhnya jual beli dilakukan atas dasar kesepakatan dan kerelaan." (Hadits riwayat Ibnu Majah, disahkan oleh Al Albani).

Bahkan tidak boleh bagi pemerintah menetapkan harga. Oleh karenanya, saat Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam diminta menetapkan harga, maka Beliau bersabda,

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنَّ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

"Sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang menyempitkan dan melapangkan rezeki serta yang memberikan rezeki. Aku ingin saat bertemu Allah, tidak ada seorang pun yang menuntutku karena kezaliman yang terkait dengan darah dan harta." (Hr. Abu Dawud, Tirmidzi, dan Ibnu Majah, dishahihkan oleh Al Albani).

Pada prinsipnya, semua aktivitas muamalah dianggap diperbolehkan selama tidak ada bukti atau dalil yang secara tegas melarangnya. Prinsip ini sesuai dengan kaidah fiqh.

³ Simanjuntak, T. P. 2021. *Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian dan Perilaku Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: Penerbit Maju Mundur). Hlm. 45.

⁴ Sutrisno, J. 2018. *Strategi Pemasaran: Konsep, Metodologi, dan Implementasi*. (Jakarta: Penerbit Andi). Hlm. 120.

الأصل في المعاملة ألا باحة إلا أن يدل دليل على تحريمه

“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”.⁵

Dengan demikian, tidak ada masalah jika kita menjual atau memberikan diskon dengan harga murah, asalkan tidak ada niat dalam hati kita untuk menyengsarakan penjual lain.

3. Perubahan Model Penjualan dan Strategi Harga

Model penjualan baju dengan harga partai, yang sebelumnya mengharuskan pembeli membeli baju minimal 3 (tiga) lembar dengan ketentuan model yang sama, mengalami perubahan signifikan. Ada penjual yang beralih ke sistem penjualan eceran, yang di mana pembeli dapat membeli satu baju saja dan mendapatkan harga partai. perubahan sistem penjualan ini mencerminkan upaya penjual untuk mengadaptasi perubahan preferensi pembeli dan mempertahankan daya saing di pasar yang semakin sulit.

4. Tantangan dan Peluang dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam menghadapi perubahan signifikan, perspektif ekonomi Islam dapat menjadi landasan yang kuat. Prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan, transparansi, dan keberkahan, dapat membimbing perubahan positif dalam sistem transaksi di pasar. Pengenalan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis dapat menciptakan keberlanjutan ekonomi dan nilai-nilai sosial yang seimbang.⁶

Dalam Islam, persaingan bisnis dan penurunan harga sebagai strategi pemasaran pada dasarnya dapat dianggap sah, selama itu dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Berikut adalah beberapa pertimbangan yang relevan:

1. **Kejujuran dan Transparansi:** Pedagang diharapkan untuk tetap jujur dan transparan dalam menawarkan harga. Tidak boleh ada praktik penipuan atau menyembunyikan informasi yang dapat menyesatkan konsumen.
2. **Keadilan dalam Persaingan:** Persaingan bisnis seharusnya tidak melibatkan tindakan yang merugikan atau tidak adil terhadap sesama pedagang. Prinsip keadilan harus dijaga, dan tidak boleh ada upaya untuk merugikan pihak lain secara tidak etis.
3. **Tidak Menyalahi Hukum Islam:** Penurunan harga tidak boleh melibatkan praktik-praktik yang bertentangan dengan hukum Islam, seperti maysir (perjudian), riba (bunga), atau gharar (ketidakpastian yang berlebihan).

⁵ A. Djazuli. 2007. *Kaidah-Kaidah Fikih*. (Jakarta: Prenada Media Group). Hlm. 10.

⁶ Hasan, Z. 2019. *Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*. (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar). Hlm. 78.

4. **Menghindari Praktek Merugikan Konsumen:** Penurunan harga seharusnya tidak menciptakan produk atau layanan yang merugikan konsumen dari segi kualitas atau keamanan.
5. **Ketentuan Penciptaan Keuntungan yang Adil:** Meskipun persaingan dan penurunan harga diperbolehkan, tetapi tujuan bisnis dalam Islam juga mencakup penciptaan keuntungan yang adil dan berkeadilan, tanpa mengeksploitasi pihak lain.

Dalam hasil wawancara dengan seorang penjual di Pasar R****yana Banjarmasin, terungkap bahwa penjual tersebut telah mencoba menjajal peruntungan berjualan secara online, namun masih menghadapi kendala yang dalam memahami sistem dan tata cara bertransaksi online.

Penjual ini secara terbuka berbagi pengalamannya selama mencoba mengeksplorasi dunia perdagangan digital. Menurut penjual, langkah awal yang pernah dilakukannya untuk memasuki ranah online adalah dengan menggunakan platform transaksi melalui media sosial, khususnya Instagram. Penjual membuat akun dan mulai memposting produk-produknya. Meskipun langkah ini memberikan eksposur yang lebih luas, penjual mengungkapkan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam mengelola transaksi online.

Penjual juga mengalami kesulitan dalam memahami metode promosi yang efektif secara online. Mereka menghadapi tantangan dalam menarik perhatian calon pembeli, terutama dengan persaingan yang ketat di pasar online. Strategi pemasaran yang diterapkan, seperti penggunaan foto menarik dan deskripsi produk yang jelas, belum memberikan dampak yang diharapkan dalam meningkatkan penjualan. Meskipun menghadapi sejumlah kendala, penjual ini tetap berkomitmen untuk belajar dan meningkatkan pemahaman mereka tentang sistem transaksi online. Penjual tersebut menyadari bahwa penguasaan terhadap teknologi dan pemahaman yang baik terhadap tata cara berjualan online menjadi kunci sukses dalam memanfaatkan potensi pasar digital.

Menghadapi persaingan dengan toko online, pedagang pasar tradisional dapat mengambil beberapa langkah strategis agar tetap kompetitif. Berikut adalah beberapa saran yang dapat membantu:

1. **Hadirkan Kehadiran Online:**

- Membuat toko online sendiri atau bergabung dengan platform e-commerce dapat membantu meningkatkan visibilitas dan mencapai pasar yang lebih luas.
- Memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan potensial.

2. **Kualitas Produk dan Pelayanan:**

- Menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan pelanggan yang baik adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan setia.
 - Memberikan pengalaman belanja yang positif dapat menciptakan reputasi yang baik.
3. **Fleksibilitas dalam Penjualan:**
 - Menawarkan berbagai metode pembayaran dan kemudahan dalam bertransaksi dapat meningkatkan daya tarik pelanggan.
 - Memberikan diskon atau promosi khusus untuk pelanggan setia dapat mendorong pembelian berulang.
 4. **Inovasi dalam Produk:**
 - Selalu mencari cara untuk memperbarui dan meningkatkan produk Anda.
 - Mengikuti tren pasar dan menawarkan produk inovatif dapat membantu Anda tetap relevan.
 5. **Kemitraan dengan Online Shop:**
 - Bekerjasama dengan platform e-commerce atau aplikasi pengiriman online dapat membantu meningkatkan jangkauan pasar dan memperluas pelanggan potensial.
 6. **Penyediaan Informasi yang Jelas:**
 - Menyediakan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk, harga, dan kebijakan toko dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.
 7. **Mengoptimalkan Keberadaan Fisik:**
 - Membuat toko fisik menarik dan nyaman bagi pelanggan.
 - Memperbarui tata letak toko dan menyesuaikan dengan tren desain dapat meningkatkan daya tarik.
 8. **Berpartisipasi dalam Acara Komunitas Lokal:**
 - Terlibat dalam acara atau kegiatan komunitas lokal dapat membantu membangun hubungan dengan pelanggan setempat.
 - Menjadi bagian dari komunitas dapat memberikan dukungan tambahan.

KESIMPULAN

Situasi persaingan yang semakin ketat di Pasar R****yana Banjarmasin telah menciptakan ketidakstabilan harga. Dalam upaya menarik pembeli yang semakin berkurang, penjual melakukan berbagai strategi, termasuk menetapkan harga yang rendah, dari hasil wawancara dengan salah satu penjual disebutkan bahkan hingga menjual satu lembar pakaian dengan harga partai yang seharusnya dibeli minimal tiga

lembar. Fenomena ini mengindikasikan perlunya penyesuaian harga sebagai respons terhadap persaingan yang intens.

REFERENCES

Hendi Suhendi. 2008. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hasan, Z. 2019. *Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*. (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar).

Simanjuntak, T. P. 2021. *Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian dan Perilaku Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: Penerbit Maju Mundur).

Sutrisno, J. 2018. *Strategi Pemasaran: Konsep, Metodologi, dan Implementasi*. (Jakarta: Penerbit Andi).

Sayyid Sabiq. 1988. *Fiqh Sunnah, Jilid 12, Terjemah Oleh A. Marzuki*. (Bandung: Pustaka Al-Ma Arif).