

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

*E-Commerce* merupakan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik atau teknologi digital. *E-Commerce* sebagai bentuk perusahaan pada sistem perdagangan dari zaman perdagangan tradisional sampai pada zaman berbasis teknologi. Perdagangan melalui sistem elektronik membuat para penjual dan pembeli menjadi lebih efektif dan efisien.

*E-Commerce* atau lebih dikenal dengan sebutan online *shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran suatu produk barang dan atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Dapat diartikan secara umum *e-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet atau teknologi digital yang ada. *E-Commerce* adalah transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet tanpa harus tatap muka antara penjual dan pembeli. *E-Commerce* merupakan proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi seperti internet (fajarwati 2020, 5).

Namun demikian, *e-commerce* juga memiliki kelemahan. Metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen secara langsung, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen, antara lain ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi mulai dari pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (pembajakan), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*) merusak website sampai dengan pencurian data (BPKN 2016, 2).

Penerapan internet dalam kehidupan bisnis menuntut pergeseran paradigma yang sifatnya fundamental. Pergeseran ini ditandai dengan perubahan dari *geographic business* model (berbasis lokasi) menjadi *global business* model (*virtual market place*). Dalam hal ini memang ditemukan nuansa yang berbeda antara pasar tradisional yang berbasis lokasi dengan model pasar yang sifatnya maya. Pasar tradisional masih mengandalkan benda yang secara fisik dapat disentuh dengan panca indera, sedangkan pasar elektronik lebih mengandalkan sistem digital seperti kode-kode instruksi atau bahasa komputer, perangkat lunak seperti halnya *e-commerce* yang merupakan kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Kemunculan *e-commerce* ini juga secara tidak langsung menciptakan kelompok konsumen yang porsi aktivitas hidupnya lebih banyak dilakukan di dunia maya seperti melalui *home shopping*, *home banking*, *teleworking*, *virtual education* dan sebagainya (Sutedjo 2003, 115)

*E-commerce* ikut andil dalam pengembangan pasar modern. Sebelum adanya pasar modern, masyarakat sering melaksanakan transaksi di pasar tradisional. Pasar tradisional dalam arti luas merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik disuatu tempat. Model pasar ini tidak bisa dilepaskan dari aspek tempat dan aspek penjual dimana penjual langsung menawarkan barang dagangannya kepada konsumen. Kondisi semacam ini dijumpai di tempat seperti pasar pada umumnya dengan pedagang yang menjajakan barang dagangannya dan konsumen berjejal-jelal disekitarnya untuk menyaksikan barang dagangan dan bertransaksi. Dari aspek jangkauan model pasar tradisional ini terbatas pada lingkungan sekitar. Paling jauh pada radius kecamatan atau kabupaten/ kotamadya.

Dalam berdagang, Islam mengajarkan berdasarkan ketentuan Allah SWT bahwa jual beli harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka seperti firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku antara suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Pada ayat ini menegaskan praktik jual beli secara Islam sudah diatur sedemikian rupa. Konsep transaksi jual beli dalam Islam menomorsatukan moral ataupun etika kehidupan sebagai dasar utama dalam membangun kekuatan transaksi jual beli dalam nilai-nilai moral. Aktivitas transaksi pertukaran barang dengan perizinan atau persetujuan dari para pihak yang melakukan suatu transaksi sangat diharamkan akan tetapi sangat melarang terhadap pengambilan harta milik orang lain dengan tanpa adanya perizinan dari orang yang bersangkutan.

Transaksi jual beli dengan berlandaskan pada Al-Quran yang salah satunya termuat di dalam surat An-Nisa ayat 29 harus perlu dianalisis lebih dalam lagi, agar semua orang memahami terhadap hal-hal penting yang ada didalamnya dalam rangka untuk mendorong agar transaksi jual beli semakin berkembang serta menciptakan iklim usaha yang baik diantara para pelakunya. Praktik transaksi jual beli atau perdagangan sangat dilindungi dengan keridhoan dan kerelaan hati para pihak yang melakukan transaksi. Dalam praktiknya tidak melakukan dengan jalan yang haram atau dilarang, tetapi dengan jalan perdagangan yang dibenarkan sesuai dengan syariat.

Salah satu bentuk pasar tradisional yang ada di Kota Padang yaitu Pasar Raya Kota Padang. Pasar Raya Kota Padang merupakan salah satu pusat perdagangan utama di Sumatera Barat yang mana disana terdapat banyak penjual dan pembeli. Para penjual dan pembeli masih bersifat tradisional bertemu langsung di lokasi dan melakukan tawar menawar. Dengan adanya perkembangan zaman sekarang membuat semuanya serba praktis. Masyarakat banyak lebih memilih jual beli secara online sehingga kondisi jual

beli di pasar tradisional ini menjadi cukup menurun dibandingkan sebelumnya. Adanya perkembangan zaman membuat mau tidak mau pedagang pasar tradisional juga harus belajar terhadap sistem jual beli dalam *e-commerce*.

Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2024, terdapat lebih dari 200 pedagang pakaian yang beroperasi di Pasar Raya Padang, dengan rata-rata omset per bulan mencapai Rp. 8.000.000. Namun, persaingan ketat dengan toko online dan perubahan daya beli masyarakat menjadi tantangan bagi para pedagang. Terdapat 5 toko yang ikut serta jual beli online yaitu: Syuhada Konveksi, Yan Konveksi, Barazaki Konveksi, Lavera Konveksi dan Syeha Konveksi (Finance, 08 november 2024).

Pedagang di pasar ini umumnya masih mengandalkan transaksi konvensional yang melibatkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Namun, dengan berkembangnya *e-commerce*, muncul tantangan baru bagi para pedagang tradisional, terutama terkait persaingan dengan *platform digital* yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi.

Dalam menghadapi perkembangan *e-commerce* yang semakin pesat, pedagang pakaian di pasar tradisional menunjukkan respons yang beragam, namun cenderung adaptif. Meskipun banyak dari mereka merasa khawatir terhadap penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan akibat maraknya belanja online, sebagian besar pedagang tidak tinggal diam. Mereka mulai menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan eksistensinya, seperti meningkatkan kualitas layanan, menyesuaikan harga dengan pasar online, memberikan diskon, serta mengikuti tren mode terbaru. Selain itu, sejumlah pedagang juga mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Meski demikian, tidak sedikit dari mereka yang menghadapi kendala seperti keterbatasan pengetahuan teknologi, modal usaha, dan akses terhadap perangkat digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *e-commerce* menjadi tantangan besar bagi pasar tradisional, pedagang memiliki semangat untuk beradaptasi asalkan didukung dengan

pelatihan, pendampingan, dan akses teknologi yang memadai. Dengan demikian, *e-commerce* dipandang bukan hanya sebagai ancaman, tetapi juga sebagai peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing pedagang lokal.

Dari perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah, *e-commerce* harus memenuhi prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan terhindar dari unsur riba, *gharar* (ketidakpastian), serta *maysir* (judi). Oleh karena itu, penting untuk memahami tentang prinsip hukum ekonomi syariah apakah sudah diterapkan oleh pedagang pakaian Pasar Raya Kota Padang disaat memulai penjualan dengan cara *e-commerce* (Karim 2016, 6)

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam yang kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan yang diberi judul **“E-Commerce di Pasar Pakaian Tradisional dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pasar Raya Padang Fase VII) “**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap pedagang pakaian pasar tradisional?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pandangan pedagang pakaian pasar tradisional di Pasar Raya Padang terhadap keberadaan dan perkembangan *e-commerce* ?
2. Bagaimana pendapat konsumen yang membeli pakaian melalui *e-commerce*?
3. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah di dalam perdagangan pakaian pasar tradisional Pasar Raya terhadap adanya *e-commerce*?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pandangan pedagang pakaian pasar tradisional di Pasar Raya Padang terhadap keberadaan dan perkembangan *e-commerce*.
2. Untuk mendeskripsikan pendapat konsumen yang membeli pakaian melalui *e-commerce*.
3. Untuk menganalisis tinjauan hukum ekonomi syariah di dalam perdagangan pakaian pasar tradisional Pasar Raya terhadap adanya *e-commerce*.

#### 1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merujuk pada pengaruh yang dihasilkan dari pencapaian tujuan penelitian hal ini dapat dilihat dari:

##### 1. Secara Teoritis

Sebagai sumber memperluas wawasan ilmu pengetahuan di bidang Hukum Ekonomi Syariah dan menjadi bahan masukan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi atau berkaitan, khususnya pada permasalahan pandangan pedagang pasar tradisional terhadap *e-commerce* dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

##### 2. Secara Praktis

Dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan secara praktis sekaligus menjadi referensi tambahan bagi yang berminat dalam permasalahan yang berhubungan dengan pandangan pedagang pasar tradisional terhadap *e-commerce* dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

#### 1.6 Studi Literatur

Untuk menghindari kesalahpahaman serta tidak terjadi pengulangan penelitian, maka penulis mencantumkan karya ilmiah sebelum penulis:

1. Skripsi yang ditulis oleh Vivi Angraini NIM 1840200251 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidempuan “Analisis Dampak Online *Shop* Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian di Pasar Lama Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”. Skripsi ini membahas dampak adanya menunjukkan bahwa dampak online *shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar lama Panyabungan sangatlah berpengaruh negatif bagi pendapatan pedagang pakaian. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan terdapat hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Bagaimana dampak pendapatan pedagang pakaian di Pasar Lama Panyabungan setelah munculnya online *shop*. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan dampak online *shop* terhadap pendapatan pedagang pakaian di pasar lama Panyabungan sangatlah berpengaruh negatif bagi pendapatan pedagang pakaian. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama membahas penyebab terjadinya penurunan omset pedagang pasar tradisional. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Vivi Angraini adalah dalam penelitian skripsi di atas membahas dampak online *shop* terhadap pedagang pakaian pasar tradisional. Sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh *e-commerce* terhadap pedagang pakaian Pasar Tradisional dalam perspektif hukum ekonomi syariah.
2. Skripsi yang ditulis oleh Sangkot Halamoan NIM 1413030533 Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* dengan Sistem *Dropshipping*”, Skripsi ini membahas tentang persaingan pasar tradisional dan pasar modern dalam perspektif etika bisnis Islam. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat hal menjadi pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *E-Commerce* sistem *Dropshipping*? (2) Bagaimana tanggung jawab *Dropshipper* dalam melindungi konsumen transaksi *E-Commerce* sistem *Dropshipping*?. Hasil penelitian ini adalah



ditinjau dari etika bisnis Islam, dari segi prinsip tauhid, keduanya bersikap jujur dalam berdagang dan menyampaikan informasi. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama menjelaskan dampak *e-commerce*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Sangkot Halamoan adalah dalam penelitian di atas membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* dengan sistem *dropshipping*, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh *e-commerce* terhadap pedagang pakaian pasar tradisional dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

3. Skripsi yang ditulis oleh Giftha alfinia febriana NIM 1451010045 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. "Strategi pengelola pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern dalam perspektif ekonomi Islam (Studi pada pasar Panjang, Bandar Lampung). Skripsi ini membahas tentang pengelola pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern dalam perspektif ekonomi syariah. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut : (1) Bagaimana perkembangan pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern. (2) Bagaimana strategi pengelola pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modal perspektif ekonomi islam. Hasil penelitian ini adalah strategi pengelola pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern dalam perspektif ekonomi Islam adalah berdasarkan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Maka, jika dipandang dari perspektif ekonomi Islam strategi yang digunakan pengelola pasar tradisional yaitu dengan strategi *devensif* yaitu memperbaiki sarana dan prasarana barang atau jasa, sehingga tetap terjaga kenyamanan dan kualitas dari barang tersebut. Selain itu, pengelola juga melakukan pendampingan dan pengawasan kepada pedagang pasar terhadap mekanisme pasar untuk menjaga dari praktek yang bertentangan dengan prinsip jual beli dalam Islam maupun tindakan yang menyebabkan terjadinya distorsi pasar. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah



sama-sama meningkatkan omset pasar tradisional. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Gifita Alfina Febriana adalah dalam penelitian di atas membahas strategi pengelola pasar tradisional terhadap keberadaan pasar modern dalam perspektif ekonomi syariah, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh *e-commerce* terhadap pedagang pakaian pasar tradisional dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

4. Skripsi yang ditulis oleh Edho Maulana NIM 1951040284 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung “Pengaruh Penggunaan *Digital Marketing* dan *E-commerce* Terhadap Omset Penjualan di Pasar Tradisional dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Pakaian di Pasar Talang Padang, Tanggamus). Skripsi ini membahas tentang peningkatan pengguna internet serta pengguna media sosial di Indonesia yang berdampak pada peningkatan minat berbelanja secara online. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Apakah penggunaan *digital marketing* berpengaruh terhadap omset penjualan pedagang di pasar tradisional Talang Padang? (2) Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap omset penjualan pedagang pakaian di pasar tradisional Talang Padang, (3) Bagaimanakah perspektif bisnis Islam terhadap *digital marketing*, *e-commerce* dan omset penjualan pedagang pakaian di pasar tradisional Talang Padang. Hasil Penelitian ini adalah penggunaan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset penjualan, *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap omset penjualan. Dalam perspektif bisnis Islam omset penjualan dalam Islam tidak pernah melarang adanya keuntungan (laba) dalam jual beli, akan tetapi Islam melarang beberapa transaksi seperti adanya tindak kecurangan, penipuan, menyembunyikan cacat yang terdapat pada suatu barang serta melakukan kebohongan. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama memberi dampak terhadap omset pedagang pasar tradisional. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Edho Maulana adalah dalam penelitian skripsi di atas

membahas pengaruh penggunaan *e-commere* terhadap omset penjualan pedagang di pasar tradisional Talang Padang. Sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh *e-commerce* terhadap pedagang pakaian pasar tradisional dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

5. Shofianti NIM 11171110000043 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta “Dampak *E-Commerce* terhadap perubahan kebiasaan belanja Masyarakat di Indonesia (Studi Kasus Pembeli Online di *platform E-Commerce* Shopee)”. Skripsi ini membahas dampak adanya *E-Commerce* terhadap perubahan kebiasaan belanja masyarakat di Indonesia pada pembeli online di platform *E-Commerce* Shopee. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan terdapat hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana dampak adanya *E-Commerce* terhadap perubahan konsumtif masyarakat pada kalangan pembeli online di *E-Commerce* Shopee (2) Bagaimana perubahan pola belanja masyarakat dalam berbelanja di era digital dengan hadirnya beragam platform *e-commerce* di Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa hadirnya berbagai platform *e-commerce* di Indonesia mempengaruhi pola perubahan masyarakat dalam berbelanja di era digital ini. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama memberi dampak terhadap omset pedagang pasar tradisional. Perbedaan penelitian ini dengan penulis oleh Shofianti adalah penelitian ini membahas dampak adanya *e-commerce* di Indonesia, sedangkan penelitian ini membahas tentang pedagang pakaian pasar tradisional dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

## 1.7 Kerangka Teori

### 1.7.1 Teori *E-Commerce*

*E-commerce* atau lebih dikenal dengan sebutan online *shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran suatu produk barang dan atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau

telekomunikasi data. Dapat diartikan secara umum *e-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet atau teknologi digital yang ada. *E-commerce* adalah transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet tanpa harus tatap muka antara penjual dan pembeli. *E-commerce* merupakan proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi seperti internet (Fajarwati 2020, 5).

*E-Commerce* merupakan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik atau teknologi digital. *E-commerce* sebagai bentuk perusahaan pada sistem perdagangan dari zaman perdagangan tradisional sampai pada zaman berbasis teknologi. Perdagangan melalui sistem elektronik membuat para penjual dan pembeli menjadi lebih efektif dan efisien.

Teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana pedagang pasar tradisional merespon perubahan dalam lingkungan bisnis, khususnya kehadiran *e-commerce*. Fokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pedagang, seperti persepsi risiko, manfaat, dan nilai yang dirasakan dari *e-commerce*. Dapat membantu menjelaskan mengapa sebagian pedagang mungkin enggan atau menerima *e-commerce* (Fajarwati 2020, 5).

### 1.7.2 Teori Jual Beli

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti al-ba'i, al- Tijarah, al- Mabadalah. Menurut istilah jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Suhendi 2014, 67).

Menurut Hasby Ash-Shidiqy memberikan definisi jual beli sebagai pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan. Aqad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka terjadilah penukaran hak milik secara tetap (Hasby 2006, 97).

1. Shighat adalah ijab dan qabul, dan ijab yang diketahui sebelumnya diambil dari kata aujaba yang artinya meletakkan, dari pihak penjual yaitu pemberian

hak milik, dan qabul yaitu orang yang menerima hak milik. Jika penjual berkata: “bi’tuka” (saya jual kepadamu) buku ini dengan ini dan ini, maka ini adalah ijab, dan ketika pihak lain berkata: “qabiltu” (saya terima), maka inilah qabul.

2. Aqid menurut Al-Bujairimi dalam Hasyiyah-nya adalah setiap yang mempunyai andil dalam menghasilkan hak milik dengan bayaran harga dan ini mencakup pihak penjual dan pembeli atau yang lainnya. Syarat pihak-pihak yang berakad yaitu bebas berbuat, tidak ada pemaksaan tanpa kebenaran, terjaminnya pembeli jika yang dijual adalah peralatan perang (semua peralatan perang yang dipakai di medan tempur baik darat, laut dan udara bahkan yang kuno sekalipun seperti pedang, baju besi, tombak, panah dan yang lainnya. Semua peralatan ini tidak boleh dijual kepada kafir harbi karena antara kita dengan kafir harbi tidak ada ikatan perjanjian yang dapat mencegah dia dari memerangi kita, jika bolehkan baginya untuk membeli peralatan ini, maka dia akan menjadikannya sebagai alat memerangi kita.

3. Ma’qud ‘Alaihi yaitu harta yang akan dipindahkan dari tangan salah seorang yang berakad kepada pihak lain, baik harga atau barang berharga. (Abdul 2012, 28-47)

### **1.7.2 Teori Hukum Ekonomi Syariah**

Hukum Ekonomi Syariah adalah seperangkat aturan dan prinsip hukum Islam yang mengatur kegiatan ekonomi dan bisnis berdasarkan ketentuan syariah yang bersumber dari Al-Qur’an, Hadis, *Ijma’*, dan *Qiyas*. Hukum ini bertujuan untuk menciptakan keadilan, keseimbangan, serta kesejahteraan dalam kegiatan ekonomi dengan menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam seperti riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (judi).

Ekonomi Islam yaitu yang ditulis Yusuf Halim Al-Alim, Ia mengemukakan bahwa ilmu Ekonomi Islam adalah ilmu tentang hukum-hukum syariat *aplikatif* yang diambil dari dalil-dalil yang terperinci terkait dengan menarik, membelanjakan, dan tata cara membelanjakan harta. Fokus kajian ekonomi Islam adalah mempelajari perilaku muamalah masyarakat Islam yang sesuai

dengan *Nash* Al Quran, Al Hadis, *Qiyas* dan *Ijma* dalam kebutuhan hidup manusia melalui ridha Allah Swt (Kholidah 2024, 2).

Menurut Karim Hukum Ekonomi Syariah merupakan cabang hukum Islam yang mengatur transaksi ekonomi dan muamalah dengan menitikberatkan pada prinsip keadilan, transparansi, serta kemaslahatan umat. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti perdagangan, perbankan syariah, investasi, dan *e-commerce* yang sesuai dengan aturan syariah (Karim 2015, 6).

Dalam konteks *e-commerce*, Hukum Ekonomi Syariah mengharuskan transaksi online dilakukan dengan prinsip kejujuran, keterbukaan, serta bebas dari unsur yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, pemahaman tentang Hukum Ekonomi Syariah menjadi penting dalam menganalisis bagaimana pedagang pasar tradisional beradaptasi dengan perdagangan digital dalam perspektif Islam.

## **1.8 Metode Penelitian**

### **1.8.1 Jenis Penelitian**

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reseacrh*) karena peneliti terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung mendatangi responden (Suryabrata 1995, 81).

Pada penelitian ini penulis melakukan langsung penelitian ke lapangan yaitu ke pedagang pakaian yang ada di Pasar Raya Kota Padang. Alasan penulis memilih lokasi ini karena Pasar Raya Padang merupakan pasar tradisional terbesar di Kota Padang. Penulis membatasi penelitian ke pedagang pakaian dikarenakan pasar pakaian seringkali dipengaruhi oleh tren mode yang cepat berubah, musiman, dan preferensi konsumen yang beragam. Meneliti pedagang pakaian memungkinkan untuk mengamati bagaimana mereka beradaptasi dengan perubahan ini, mengelola risiko, dan bersaing di pasar.

### **1.8.2 Sumber Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan melalui data primer (peneliti adalah orang pertama yang mendapatkan data) dan data sekunder (peneliti memperoleh data yang telah dikumpulkan oleh sumber lain seperti data yang memperluas jurnal ilmiah) (Nilawati et al. 2023, 21)

#### 1. Data Primer

Menurut bungin, data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Menurut Amirin, data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber primer atau sumber asli yang memuat informasi atau data penelitian (Tektona 2011, 71). Data primer dalam penelitian ini adalah pedagang dan Dinas Pasar Raya Kota Padang.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Bungin, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Menurut Amirin, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang bukan asli memuat informasi atau data penelitian, seperti data kepustakaan atau data literatur (buku, jurnal, skripsi, tesis dan disertasi), serta data online (Tektona 2011, 71-73). Data sekunder dalam penelitian ini berupa data pedagang pakaian di Pasar Raya Padang dan data penjualan yang diperoleh dari toko.

### 1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Agar mendapatkan data yang lebih lengkap dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan keasliannya dan kebenarannya, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data adalah :

#### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis (Gunawan 2016, 143). Maka dengan ini penulis melakukan pengamatan dan mencatat dengan sistematis masalah-masalah yang diteliti yaitu terjun kelapangan serta melakukan pengamatan

langsung ke lokasi yaitu Pasar Raya Kota Padang. Dimana yang penulis amati yaitu mulai dari kehadiran digital hingga operasional dan interaksi dengan pelanggan.

## 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono 2013, 137). Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab langsung pada pedagang dan dinas Pasar Raya Kota Padang.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono 2018, 476). Teknik dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan dalam mengumpulkan data atau laporan yang diperoleh dari pedagang pasar, mengambil foto langsung dari lokasi penelitian, foto para responden dan membuat transkrip wawancara.

### 1.8.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah pedagang pakaian Pasar Raya Kota Padang yang merangkap *e-commerce*. Dalam pengambilan informan, teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah sebagai teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama akan menjadi semakin besar (Sugiyono 2020, 127). Penentuan informan ini dimulai dengan beberapa pedagang yang



dikenal atau ditemukan, lalu meminta mereka untuk merekomendasikan pedagang lain di Pasar Raya Padang yang juga berjualan pakaian secara online.

#### **1.8.5 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data secara interaktif melalui proses data *reduction*, data *display*, dan *verification* yang dilakukan secara berurutan (Sugiyono 2018, 294).

Setelah data di lapangan diperoleh maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Dalam penelitian kualitatif ada beberapa langkah yang dilakukan dalam menganalisis data, salah satu model analisis data menurut Miles dan Huberman ada beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis data kualitatif yaitu:

Pertama: Reduksi data. Setelah data primer dan sekunder terkumpul dilakukan dengan memilah data, membuat tema-tema, mengkatagorikan, memfokuskan data sesuai bidangnya, membuang, menyusun data dalam satu cara dan membuat rangkuman-rangkuman dalam satuan analisis, setelah itu baru pemeriksaan data kembali dan mengelompokkannya sesuai dengan masalah yang diteliti.

Kedua: *Display* data (penyajian data). Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, dimana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan, hubungan antara kategori yang sudah berurutan dan sinematis.

Ketiga: penarikan kesimpulan. Meskipun pada reduksi data kesimpulan sudah digambarkan, itu sifatnya belum permanen, masih ada kemungkinan terjadi tambahan dan pengurangan, maka pada tahap ini kesimpulan sudah ditemukan sesuai dengan bukti-bukti data yang diperoleh dilapangan secara akurat dan faktual. Teknik analisis data pada penelitian ini untuk melihat perspektif hukum ekonomi syariah para pelaku pedagang pakaian Pasar Raya terhadap *e-commerce* Kota Padang.