

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pandangan pedagang pakaian pasar tradisional di Pasar Raya Padang terhadap keberadaan dan perkembangan *e-commerce* bermacam-macam. Ada pedagang yang merasakan dampak positif setelah adanya *e-commerce*. Penjualan mereka mengalami peningkatan dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan visibilitas produk mereka yang akhirnya menarik pelanggan baru. Pedagang telah menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan tren belanja modern. *E-commerce* kini menjadi alternatif dalam berjualan bagi pedagang tradisional untuk memasarkan penjualan mereka dan menjangkau lebih banyak pembeli, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah belanja online. *E-commerce* yang digunakan oleh pedagang pakaian di Pasar Raya Padang yaitu: Shopee, TikTok dan Whatsapp Business. Dampak negatif yang dirasakan pedagang yang tidak dapat beradaptasi dengan *e-commerce* tersebut mengalami penurunan penjualan dan merasa terancam oleh persaingan toko online. Oleh karena itu, penting bagi pedagang terus belajar dan berinovasi agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dukungan dalam bentuk pelatihan dan pemahaman tentang teknologi sangat diperlukan agar pedagang dapat memanfaatkan *e-commerce* secara efektif dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah perubahan zaman ini.
2. Pandangan konsumen terhadap jual beli pakaian melalui *e-commerce* lebih banyak, karena konsumen sekarang cenderung belanja online ketimbang belanja ke pasar tradisional. Hal ini disebabkan belanja online tersebut lebih mudah, praktis, dan tidak memakan waktu dibandingkan belanja ke pasar tradisional. Proses jual beli online memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen, memungkinkan mereka untuk melakukan

transaksi tanpa perlu mengunjungi toko fisik. Dengan berbagai metode pembayaran dan platform yang tersedia, konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga serta memilih produk yang diinginkan. Mereka merasa berbelanja secara online tidak hanya menghemat waktu dan tenaga, tetapi juga memberikan peluang untuk mendapatkan harga yang lebih bersaing. Namun masih ada tantangan, seperti: menilai mengenai kesesuaian produk yang diterima dengan yang dipesan, yang dapat memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap platform *e-commerce*.

3. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap adanya jual beli *e-commerce* yaitu penjualan yang dilakukan pedagang pasar tradisional Pasar Raya Padang masih belum memenuhi prinsip hukum ekonomi syariah seperti masih ada terdapat penipuan atau ketidakpastian yang didapat konsumen yang berbelanja online. Prinsip yang dilanggar yaitu prinsip ketidakadilan, larangan *gharar*, dan prinsip transparansi dan kejujuran.

5.2 Saran

Dalam penulisan skripsi ini, penulis memberikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca, khususnya bagi pedagang pakaian pasar tradisional Pasar Raya Padang dan konsumen yang belanja online maupun offline. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk pedagang pakaian pasar tradisional Pasar Raya Padang meningkatkan pengetahuan tentang jual beli online dan kepastian dalam berjualan serta memberikan penjelasan yang lebih jelas terhadap konsumen tentang kejelasan pakaian yang diperjualbelikan.
2. Untuk konsumen yang belanja online maupun belanja offline diharapkan lebih berhati-hati dalam pembelanjaan yang dilakukan serta kemudahan yang didapati dalam berbelanja online.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul, A. M. (2012). *Fiqh Muamalat*. Jakarta:Amzah.
- Al-Asqalani, I. H. (2013). *Bulughul Maram dan Dalil-Dalil Hukum*, Penerj.
- Al-Syeikh. (2001). *Tafsir Ibnu Katsir 1*. Jakarta: Pustaka Imam Syafi'i
- Ar-Ramli, S. M. (2004). *Nihayat Al-Muhtaj*. Beirut: Dar Al-Fikr
- Asy'ari, A. (2020). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah* . Jakarta: Penerbit Syariah.
- Az-Zuhaili, W. (2007). *Fiqh Islam wa Adillatuhu*. Depok : Insani
- Djamil, Fathurrahman. (2013), *Hukum Ekonomi Syariah: Teori dan konsep*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Elisabet Yunaeti Anggraeni,dkk. (2022). *Buku Ajar E-Bussiness dan E-Commerce*. Jawa Barat: Cv.Adanu Abimata.
- Fajarwati Diana. (2020). Modul materi kuliah online *E-Commerce*. Universitas Esa Unggul : Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Ghazaly, A. R. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana
- Ghazaly, A. R., Ihsan, G., & Shidiq, S. (2015). *Fiqh Muamalat*. Jakarta:
- Ghofur Abdul, (2012). *Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Gunawan. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haroen, N. (2000). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Harun, N. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasby. (2006). *Fiqh Muamlah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ja'far, A. K. (2016). *Hukum Perdata Islam di Indonesia*. Bandar Lampung:
- Karim A, dkk. (2022). *Riba, Gharar Dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah : Analisis Fikih Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Katsir' I (2004). Tafsir Ibnu Katsir. Bogor: Pustaka Imam Syafi'i Khalifaturrahman dan Haeruddin. Jakarta: Gema Insani
- Kholidah,dkk (2024), hukum ekonomi syariah. Yogyakarta: penerbit semesta aksara.
- Lubis, S. K. (2004). Hukum Ekonomi Islam. Jakarta: Sinar Grafika
- Mardani, A. (2021). Keadilan dalam Ekonomi Syariah: Konsep dan Implementasi . Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Menarianti ika , dkk (2024). *E-commerce*, Jawa Tengah: Eureka media aksara.
- Mubarak, S. b. (2006). Ringkasan Nailul Authar. Kalimantan Tengah: Pustaka Azzam.
- Muclish, A. W. (2010). Fiqih Muamalat. Jakarta: Amzah.
- , (2013). Fiqih Muamalat. Jakarta: Amzah.
- Mustofa, I. (2018). Fiqh Muamalah Kontemporer. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nilawati, S. (2023). Efektif Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Media Keberlangsungan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. Parmatanet. Perspektif Hadis. Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara, 1298.
- Philip Kotler dan Amstrong, (2013). *Dasar Dasar Pemasaran, Dalam Hubungan Relationship Marketing Dengan Loyalitas* Pelanggan Ritel, ed. Hindarto. PrenadaMedia Group.
- Purwanto Rony Muhammad, (2023) *Ushul Fiqih Mazhab Aristoteles* : Pelacakan logika Aristoteles dalam qiyas Uhsul Fiqih. Yogyakarta: Safiria
- Qutub, S. (2004). Tafsir Fidhilalil Qur'an. Beirut: Dar Asy-Syuruk
- Rachmat, S. (2001). Fiqh Muamalah. Bandung: Pustaka Setia
- Rizal, A. (2024). Barang-Barang yang Haram Diperjualbelikan Dalam
- Romli, (2014), *Perbandingan Ushul Fiqih*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sahroni Oni, (2018), *Ushul Fiqih Muamalah: Kaidah-Kaidah Ijtihad dan Fatwa dalam Ekonomi Syariah*. Depok: Rajawali.

Sobari, A. (2017). Larangan Menjual Barang Yang Sudah Dijual (Kajian Tematis Hadis Riwayat Bukhari No 1995, Bab al-Buyu'). Jawshiyah, 5.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

----- (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.

----- (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta.

Suhendi (2013). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers

Suhendi, H (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Grafindo.

Sujian, S. (2018). Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Perbankan*

Suprida, (2017). *Sejarah pemikiran ekonomi islam*, Jakarta: Cv Amanah.

Suryabrata, S (1995). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grafindo.

Sutedjo Budi, (2001). *Perspektif e-business: tinjauan teknis, manajerial dan starategi*. Yogyakarta: penerbit andi.

Syafii, M. (2022). *Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Syariah* . Jakarta: Penerbit Gramedia.Syariah.

Tektona Indra Rahmadi, Dkk. (2023), *Hukum Ekonomi Syariah*, Banten: Pt Sada Kurnia Pustaka.

Wahid Nur. (2022), *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia Teori dan Regulasi*, Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.

Yusuf Muhammad, Ifada Noor. (2021). *E-Commerce Konsep dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Kreatif.

Karya Ilmiah

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2016). *Laporan Tahunan 2016: Perlindungan Konsumen dalam Era E-Commerce* . Jakarta: BPKN.

Haitam Ibnu (2018). "Etika Bisnis Islam dan Kejujuran Menurut Persepsi Atthabary dan Al Qurtubhy" *Jurnal Hukum Islam*, Vol 2, 2 juni 2018.

Hijaz Kamal M (2010). "Prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah" volume 15 no 1. Hal 188.

Kahf monzer, A (2012). "*Contribution to the theory of consumer behaviour*" dalam *studies in islamic economics*, ed Kursid Ahmad, Jeddah: Islamic Fondation, hal. 22-23.

Ramadhani nur annisa, Fasa iqbal Muhammad, Suharto. (2022). "Analisis Metode Pembayaran dalam meningkatkan minat beli konsumen pada e-commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol. 15 no, 01 februari 2022.

Wawancara

Afriani, Gita (Konsumen Pedagang Online dan Offline). Wawancara 22 juni 2025.

Aghniya, Ninditiya (Konsumen pedagang belanja online). Wawancara 18 Juni 2025.

Al Husni, Firdaus (Pedagang Pakaian Pemilik Toko Zazashop). Wawancara 2 Juni 2025.

Azani, Faradiva (Konsumen Pedagang belanja online dan offline). Wawancara 10 juni 2025.

Dwi, Cut Ghina (Konsumen pedagang belanja online). Wawancara 10 Juni 2025.

Khairat, Fauniatun (Konsumen pedagang belanja online). Wawancara 19 Juni 2025.

Laila, Nur (Pedagang Pakaian Pemilik Toko Lafista). Wawancara 2 juni 2025

Najwani, Fhasa Erina (Konsumen pedagang belanja online dan offline). Wawancara 22 Juni 2025.

Salsabila, Nasywa (Konsumen pedagang belanja online dan offline). Wawancara 22 Juni 2025.

Santosa, Novri (Pedagang Pakaian Pemilik Toko Shanum Style). Wawancara 2 Juni 2025.

Suhipto, Farlan (Pedagang Pakaian Pemilik Toko Indong Busana). Wawancara 2 juni 2025.

Triana, Natasya Adinda (Pedagang Pakaian Pemilik Toko Dynza Fashion Store).
Wawancara 11 juni 2025.

Zikra, Ukhti Rahmanada (Pedagang Pakaian Pemilik Toko Noazta Collection).
Wawancara 11 juni 2025.

Website

https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_Raya_Padang