

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI PAKAIAN BEKAS IMPOR PADA POTVASHION SIDOARJO

Muhammad Asrul Zhulmi Pradana

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: muhammadpradana16081194012@mhs.unesa.ac.id

Khusnul Fikriyah

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: khusnulfikriyah@unesa.ac.id

Abstrak

Jual beli merupakan transaksi yang dilakukan oleh dua orang dengan cara menukar barang dengan barang lain ataupun barang dengan uang. Saat ini transaksi jual beli pakaian bekas impor sedang menjamur di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam pada Potvashion Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode wawancara (interview). Penelitian ini memiliki subjek untuk diteliti yakni internal dan eksternal, di mana subjek internal yakni owner Potvashion Sidoarjo, dan subjek eksternal adalah pembeli di Potvashion Sidoarjo. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa praktek jual beli di Potvashion dilakukan antara penjual dan pembeli, pakaian bekas didapatkan di TP Pagi lalu disterilkan. Lalu, ditinjau dari etika bisnis islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada, semuanya dilakukan dengan baik dan tidak ada pelanggaran yang dilakukan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Pakaian Bekas,

Abstract

Buying and selling is a transaction carried out by two people by exchanging goods for other goods or goods for money. Currently, buying and selling transactions for imported used clothes are mushrooming in Indonesia. The purpose of this study was to determine the application of Islamic business ethics in Potvashion Sidoarjo. This study uses descriptive qualitative research using interview methods (interview). The results of this research show that the practice of buying and selling in Potvashion is carried out between sellers and buyers, used clothes are obtained at TP Pagi and then sterilized. Then, in terms of Islamic business ethics based on existing principles, everything was done well and no violations were committed.

Keywords: Islamic Business Ethics, Buying and Selling, Used Clothes,

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis jual beli pakaian bekas impor semakin meningkat di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan data dari (BPS, 2022) bahwa nilai impor baju bekas meroket 607,6% pada Januari-September 2022. Bisnis ini tumbuh subur dikarenakan menjadi solusi bagi masyarakat dengan perekonomian menengah kebawah yang mempunyai gengsi tinggi, dimana cenderung membeli pakaian bekas dikarenakan harga yang ditawarkan lebih murah daripada pakaian baru dengan merk yang serupa dengan mengesampingkan faktor lain seperti kesehatan. Dikutip dari Tempo.co, Kementerian Perdagangan melakukan uji laboratorium setelah maraknya penjualan baju bekas. Dengan mengambil 25 sampel baju dan celana bekas impor dari Pasar Senen, Jakarta, uji laboratorium menunjukkan banyaknya kontaminasi bakteri berbahaya di pakaian tersebut. Sebanyak 216.000 koloni bakteri menghuni celana impor

bekas per gramnya (Nurhadi, 2021).

Sebenarnya bisnis thrift sudah mulai sejak tahun 2013, ketika perdagangan barang bekas ramai masuk Indonesia. Jika dahulu pembelian barang bekas identik dengan kalangan menengah ke bawah, kini anak-anak muda pun semakin tertarik. Saat ini *thrifting* kembali menjadi tren karena sejak memasuki awal tahun 2020 tren fashion era 80 dan 90 mulai diminati oleh kalangan muda (Jalaluddin & Khoerulloh, 2020). Ditengah marak beredarnya pakaian bekas impor, tersimpan berbagai macam bakteri dan jamur yang dapat mengganggu kesehatan. Akan tetapi dalam praktiknya sebelum beredar di pasaran, pakaian bekas impor akan dibersihkan dengan cara merendamnya di air panas, dicuci, dikeringkan lalu dijual. Hal tersebut dilakukan harapannya agar dapat terbebas dari berbagai penyakit. Akan tetapi hal tersebut tidaklah menjadi jaminan bahwa pakaian akan seutuhnya terbebas dari penyakit. Dikutip dari Tempo.co, Kementerian Perdagangan melakukan uji laboratorium setelah maraknya penjualan baju bekas. Dengan mengambil 25 sampel baju dan celana bekas impor dari Pasar Senen, Jakarta, uji laboratorium menunjukkan banyaknya kontaminasi bakteri berbahaya di pakaian tersebut. Sebanyak 216.000 koloni bakteri menghuni celana impor bekas per gramnya (Nurhadi, 2021).

Kesehatan merupakan salah satu hal yang harus diprioritaskan dalam kehidupan karena memang sifatnya sangat penting dalam menopang keseharian (Septiarini et al., 2023). Islam sendiri sangat menaruh perhatian besar terhadap kesehatan hingga dalam berpakaian pun, karena memang ketika beraktivitas memungkinan banyak kotoran, kuman, bakteri yang menempel. Karena hal tersebut, etika bisnis islam mempunyai sebuah peran penting agar dampak masalah yang ditimbulkan tidak semakin memburuk (Hassan, 2016). Maka dari itu prinsip etika bisnis islam sudah seharusnya diterapkan dalam praktik jual beli pakaian bekas impor tersebut. Secara singkat, etika bisnis islam mengatur bagaimana menjalankan bisnis yang syarat nilai-nilainya harus baik dan benar (Abuznaid, 2009). Hal tersebut sudah terjamin karena didasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sudah sesuai dengan syariah.

Etika bisnis islam adalah sebuah ilmu ekonomi yang seringkali luput dari perhatian banyak orang (Masyukuroh, 2020). Padahal jika dipelajari dan dipraktikkan secara baik maka suatu bisnis akan dapat berjalan dengan baik, karena pada dasarnya semua hal yang dijalankan dalam sebuah bisnis ada artinya seputar sikap, seperti ketika melayani pembeli hingga bertutur kata yang sopan. Al-Nashmi dan Almamary (2017) mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis Islami yaitu serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profit, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Salah satu toko yang sedang digandrungi saat ini adalah Potvashion, yakni sebuah toko *thrifting* atau menjual pakaian bekas impor yang berada di Sidoarjo, tepatnya di Desa Tanggul, Kecamatan Wonoayu. Salah satu alasan yang membuat peneliti tertarik memilih tempat ini untuk penelitiannya adalah karena ownernya sadar akan kesehatan. Potvashion akan dihadapkan pada persaingan toko *thrifting* yang ketat mengingat menjamurnya toko yang serupa. Hal ini mengharuskan owner Potvashion untuk mengerahkan segala kemampuannya dengan menyiapkan berbagai macam strategi dalam berbisnis agar dapat memenangkan persaingan yang semakin menjadi-jadi.

Dalam perjalanannya, toko ini lebih dulu menjual pakaian secara online, hingga

beberapa tahun kemudian mulailah dibangun toko offlinenya yang berada di Desa Tanggul, Kecamatan Wonoayu dengan nama Hoak Store. Lokasinya sangat strategis karena memang berada di samping jalan raya serta di seberang jalannya ada sebuah perumahan yang memang dalam kesehariannya cukup ramai sehingga mudah dijangkau oleh siapapun.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Erlan dkk. (2022) yaitu tentang Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan di Pasar Panorama Kota Bengkulu menyatakan bahwa para pedagang dalam melakukan jual beli masih belum sesuai dengan etika berbisnis dalam islam. Sedangkan menurut Wicaksono (2022) yaitu tentang Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor Pada Akun Instagram @hum2ndstuff menyatakan bahwa penjual menjual pakaian bekas impor sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam dan sah karena sudah sesuai dengan syarat dan rukunnya. Dalam parktiknya, Potvashion sudah melakukan jual beli pakain bekas berdasarkan prinsip-prinsip jual beli yang berlaku tanpa melakukan pelanggaran serta menjalankan sepenuhnya sesuai dengan syarat ketentuan yang yang ada. Berdasarkan pada latar belakan serta hasil penelitian terdahulu yang sudah dilakukan sebelumnya dan berdasarkan fenomena yang ada, maka peneli tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penerapan etika bisnis islam pada jual beli pakean bekas di Potvashion.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif ini data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan berasal dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi dan dokumen lainnya (Ridwan et al., 2021). Adapun tempat penelitian dilakukan di Potvashion yang beralamat di Desa Suko, Kecamatan Sidoarjo.

Metode penelitian yang dilakukan dalam hal ini adalah menggunakan wawancara (interview). Sebelum melakukan wawancara, peneliti mempersiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu. Wawancara ini dilakukan peneliti secara langsung di Potvashion guna dapat menggali informasi dari subjek yang bersangkutan. Sedangkan untuk pendekatan penelitiannya menggunakan kualitatif deskriptif.

Data yang diambil adalah data primer yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti. Dalam hal ini berasal dari narasumber, yaitu orang yang memberikan tanggapan terhadap apa yang diminta oleh peneliti. Dalam hal ini posisi narasumber sangat penting, karena mereka juga memiliki informasi tentang apa yang akan diteliti oleh peneliti. Sumber data yang dikumpulkan diambil dari hasil wawancara dengan narasumber yang telah dipilih yaitu owner. Peneliti melakukan purposive sampling untuk pengambilan subjek penelitian dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Lalu ada juga instrument pengumpulan data yaitu alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh penelitian dalam memudahkan kegiatannya untuk mengumpulkan data.

Uji validitas yang dipakai adalah triangulasi. Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang melakukan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang diperoleh dengan sumber atau kriteria yang lain diluar data itu, untuk meningkatkan keabsahan data (Moleong, 2014). Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan

dengan proses pengumpulan data. Diantaranya adalah melalui tiga tahap model air, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisir data, memilah-milahnya menjadikan satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jual Beli dalam Islam

Jual beli secara fiqih disebut al-bai' yang mempunyai arti menjual, menukar dan menukar. Menurut Muawar (2018) kata al-bai' berarti jual sekaligus beli. Secara umum, jual beli merupakan transaksi yang dilakukan oleh dua orang dengan cara menukar barang dengan barang lain ataupun barang dengan uang dimana hal tersebut berarti melimpahkan hak pemilik satu dengan pemilik lain atas dasar merelakan atau mengikhlaskan. Dalam islam, dasar hukum untuk jual beli adalah Al-Qur'an dan juga Hadist, sebagaimana sudah dijelaskan dalam Surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "... padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkanriba," (QS; Al-Baqarah ayat 275).

Sedangkan dalam Hadist sebagaimana dijelaskan dalam Hadits dari Al-Baihaqi, Ibn Majah, dan Ibn Hibban, Rasulullah menyatakan:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: "Jual beli itu didasarkan atas suka sama suka". (HR. Al-Baihaqi, Ibn Majah, dan Ibn Hibban)

Etika berasal dari Bahasa Yunani (*ethos*) yang dapat diartikan sebagai watak manusia, tindakan kesusilaan, sikap, adat kebiasaan maupun cara hidup. Semua hal tersebut berhubungan dengan kebiasaan. Menurut Wijaya dkk. (2018) ada dua pengertian etika: sebagai praktis dan sebagai refleksi. Sebagai praktis, etika berarti nilai-nilai dan norma-norma moral yang baik yang dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai praktis sama artinya dengan moral atau moralitas yaitu apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan, dan sebagainya. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Sedangkan Menurut Webster Dictionary, secara etimologis, etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas atau kewajiban moral, tau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral.

Berikut adalah beberapa prinsip – prinsip etika bisnis (Hassan, 2016):

Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalamsistem Islam.

Keseimbangan (*Equilibrium*),

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Sebagaimana dijelaskan dalam surah Al-Israayat 35:

فُوا أَلْكَيْلَ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: "Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya"(QS; Al-Isra ayat 35).

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil,tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۗ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۚ

Artinya: "Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil.Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa". (QS; Al-Maidah ayat 8).

Kehendak Bebas (*Free Will*)

Free Will atau kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Kebenaran (*Truth, Goodness, Honesty*)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip

kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Rukun dan Syariat Jual Beli dalam Islam

Berikut beberapa Rukun dan Syarat dalam Islam manusia dilarang memiliki sebuah barang maupun harta yang dalam cara mendapatkannya menggunakan cara yang tidak halal atau dengan jalan yang batil. Dalam mendapatkannya harus dilakukan dengan secara penuh kerelaan. Karena hal tersebutlah sebelum melakukan transaksi jual beli didasarkan pada rukun dan syarat ada sebagai berikut (Darmawati, 2013; Erlan dkk., 2022):

Rukun, menurut Hanafi, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang merupakan sebuah perbuatan yang menunjukkan kesediaan dua pihak untuk menyerahkan milik masing-masing kepada pihak lain, dengan menggunakan perkataan atau perbuatan (Torik dkk., 2022). Akan tetapi, menurut jumhur ulama rukun jual beli itu ada empat: pertama, adanya orang yang berakad *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli). Kedua, adanya *shighat* (lafal ijab dan qabul). Ketiga, adanya barang yang di beli dan keempat .danya nilai tukar pengganti barang.

Adapun syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut. Syarat orang yang berakad. Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut. Berakal, tidak sah apabila ada orang gila dan anak kecil yang belum *mumayyiz* melakukan akad. Lalu yang melakukan akad itu ialah orang yang berbeda. Hukumnya tidak sah apabila ada seseorang yang melakukan akad dalam waktu yang bersamaan. Dimana seseorang tersebut menjadi penjual sekaligus pembeli.

Syarat yang berkaitan dengan ijab dan qabul. Orang yang mengucapkan ijab dan qabul harus jelas dan tidak ambigu. Kabul harus sesuai dengan ijab. Contohnya ada penjual mengatakan: "Saya jual buah ini dengan harga sekian", kemudian pembeli menjawab: "Saya beli buah ini dengan harga sekian". Ijab dan qabul dilakukan dalam satu pertemuan dimana kedua belah pihak harus saling bertatap muka dalam melakukan transaksi jual beli.

Syarat barang yang diperjual belikan (*Ma'qud 'Alaih*) harus berkaitan terhadap barang yang diperjual belikan. Barang yang diperjual belikan harus ada. Jika barangnya tidak ada, maka pihak penjual harus sanggup untuk mengadakan barang tersebut. Dapat dimanfaatkan maupun bermanfaat bagi manusia. Hak milik sendiri atau milik orang lain dengan kuasa atasnya. Diserahkan ketika akad berlangsung atau menyepakati waktu bersama ketika transaksi berlangsung. Selain itu barang yang diperjual belikan adalah barang yang baik dan suci, bukan najis ataupun barang yang di larang diperjual belikan.

Syarat-syarat nilai tukar (harga barang) adalah harga yang disepakati penjual dan pembeli harus jelas jumlahnya. Diserahkan pada waktu akad. Apabila transaksi jual beli dilakukan dengan cara barter, maka barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang haram.

Jual Beli yang Dilarang dalam Islam

Nabi Muhammad SAW melarang beberapa jual beli karena mengandung gharar yang membuat manusia memakan harta orang lain dengan batil serta didalamnya terdapat unsur penipuan yang akan menimbulkan konflik diantara kaum muslimin seperti menjual di atas jualan saudaranya, jual beli najesy, talaqqil jalab atau talaqqi rukban, jual beli pada adzan kedua hari jum'at, menimbun barang dan jual beli dengan

penipuan atau pengelabuan.

Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Pada Potvashion

Potvashion merupakan sebuah toko thrifthing atau toko yang menjual pakaian bekas yang beralamat di Jl. Raya Tanggul Wetan, Desa Tanggul, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo tepatnya di depan Perumahan Bumi Papan Selaras. Toko ini terkenal dengan penjualan pakaian bekas dengan harga miring dan tanpa mengesampingkan kualitas yang tetap bagus serta merk. Pakaian-pakaian yang dijual pun beragam seperti topi, baju, kemeja, jaket hingga celana. Pakaian bekas merupakan suatu barang atau benda yang dipakai manusia namun dengan kondisi yang sudah pernah dipakai oleh orang lain. Pakaian ini berasal dari luar negeri. Setiap hari sabtu dan minggu, owner pergi ke Pasar Tugu Pahlawan atau yang lebih dikenal dengan nama TP Pagi untuk mencari berbagai jenis pakaian untuk dijual kembali di Potvashion.

Praktik jual beli pakaian bekas sebelum dijual kembali di Potvashion bersifat menguntungkan karena owner dapat melihat secara langsung pakaian bekas yang akan dijual kembali tersebut karena memang ketika di tempat tengkulak, karung akan dibuka langsung didepan para pembeli dan tidak jarang terjadi perebutan antara para pembeli ketika hal itu berlangsung. Adapun hal lain yakni ketika membeli pakaian bekas dalam karung sejauh ini berjalan dengan baik karena memang sedari awal tiap karung sudah mempunyai grade tersendiri, jadi semakin tinggi grade maka jenis pakaian mempunyai kondisi bagus, baik dari merk ataupun kualitas.

Setelah selesai memilih berbagai pakaian bekas di tengkulak, maka owner akan mensterilkan semua pakaian bekas tersebut dengan melalui proses yang panjang seperti merendamnya di air panas, lalu pergi ke laundry dilanjutkan dengan mencuci secara manual untuk menghilangkan noda yang menempel, kemudian merendamnya dengan pelembut pakaian untuk disetrika dengan suhu panas, lalu dijemur dengan pakaian terbalik dibawah sinar matahari langsung. Semua itu dilakukan agar bakteri dan jamur mati. Selanjutnya pakaian bekas siap untuk dijual dan ditata di Potvashion.

Praktik jual beli pakaian bekas di Potvashion ini dilakukan oleh penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwasanya penjual yang dimaksud dalam hal ini adalah pihak dari Potvashion yang membeli pakaian dalam jumlah banyak maupun karungan. Potvashion merupakan salah satu toko thrifthing yang cukup lama dikenal oleh masyarakat Sidoarjo, karena termasuk toko lama yang masih bertahan hingga saat ini. Dengan hasil wawancara yang didapat dari owner, karyawan maupun para pembeli menunjukkan bahwa jual beli yang dilakukan di Potvashion menerapkan kejujuran dan keadilan dimana ketika diwawancarai oleh peneliti owner akan menjual pakaian bekas sesuai dengan kondisi yang ada, tanpa melebih-lebihkan kondisinya maupun kualitas yang ada serta jika ada ketidakpuasan dari pembeli maka bisa untuk retur dan uang dapat kembali 100%. Hal tersebut membuat para pembeli lega dan tidak dirugikan.

Etika bisnis islam merupakan akhlak yang diterapkan dalam bisnis dan harus sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam menjalankannya tidak ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar (Huda & Ihwanudin, 2022). Maka dari itu dalam setiap bisnis harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Prinsip-prinsip yang pertama adalah Kesatuan (*Tauhid/Unity*), semua aspek kehidupan manusia ada dalam prinsip ini. Amanah yang diberikan kepada manusia hanyalah untuk memanfaatkan dan mengelolanya secara sementara saja. Prinsip ini meyakini jika

seluruh aktivitas manusia diawasi dan juga diminta pertanggungjawaban oleh Allah SWT, termasuk dalam hal perekonomian. Dalam hal ini owner sudah melakukan prinsip kesatuan dengan baik dimana dalam penjualannya sebelum dijual ke pembeli maka dilakukan sterilisasi terlebih dahulu sehingga pakaian yang dijual memang pakaian yang layak dan juga memiliki kualitas yang baik.

Keseimbangan (*Equilibrium*), dalam Islam adil berarti memperoleh dan hak secara sama. Jadi penjual tidak diperbolehkan hanya mengejar keuntungan semata-mata tanpa memperhatikan dan tidak memperdulikan para pembeli apabila hal tersebut merugikan (Budianto, 2022). Dalam dunia perdagangan harus diwujudkan dalam bentuk produk yang baik dan berkualitas (Zaki, 2020). Pada praktiknya di lapangan ditemukan fakta bahwa mayoritas para pembeli cukup puas dengan pakaian bekas yang dijual di Potvashion. Hal ini dijelaskan jika memang pakaian yang dijual mempunyai kualitas yang cukup baik meskipun itu termasuk barang bekas serta didukung dengan pernyataan salah satu pembeli jika karyawan melayani pembeli dengan baik seperti menjelaskan berbagai jenis pakaian bekas yang dijual, ikut mengarahkan pakaian apa yang diinginkan serta informatif yang berarti memberikan informasi apapun terkait dengan praktik jual beli di Potvashion.

Kehendak Bebas (*Free Will*), dalam etika bisnis islam prinsip kehendak bebas merupakan bagian penting karena setiap individu mempunyai kebebasan dan tidak merugikan kepentingan kolektif. Dalam berbisnis kehendak bebas diberikan kepada pedagang, hal itu diwujudkan dengan bebas menjual barang apapun dan mereka meyakini bahwa rejeki satu sama lain sudah diatur oleh Allah SWT. Di lapangan owner sudah menerapkan prinsip ini dengan baik meskipun pada akhirnya yang menjadi kendala adalah toko baru atau saingan semakin banyak. Akan tetapi owner tetap pada niatan awal yakni menjual pakaian bekas berbagai jenis dengan kualitas bagus serta bermerk dan harga yang ditawarkan juga termasuk murah. Walaupun jika dalam kondisi sepi toko hanya bisa menjual satu hingga dua barang saja akan tetapi tetap konsisten hingga saat ini. Karena pada dasarnya rejeki sudah diatur oleh Allah SWT.

Tanggung Jawab (*Responsibility*), setiap manusia memiliki kesadaran akan tanggung jawab. Perbuatannya apakah akan berakhir baik atau buruk. Dalam praktiknya para pedagang harus bisa mempertanggung jawabkan bisnis yang sedang dijalankannya, baik kepada pihak-pihak yang terlibat maupun dihadapan Allah SWT (Fauzan, 2019). Peneliti menemukan bahwa prinsip ini dijalankan dengan baik di Potvashion, dimana jika ada pembeli yang membeli secara online dan ada perbedaan di postingan sosial media dengan barang ketika sudah sampai maka barang bisa diretur. Begitu pula jika ada pembeli yang salah membeli pakaian bekas di toko karena faktor kelalaiannya sendiri pun, entah kurang teliti dalam mengeceknya atau apapun itu maka bisa diretur dan uang bisa kembali 100% selagi barang yang dibeli belum lama atau tidak dikembalikan setelah berhari-hari.

Kebenaran (*Truth, Goodness, Honesty*), dalam konteks bisnis prinsip ini mengandung kejujuran. Hal ini dilakukan sedari awal, mulai dari proses transaksi, memperoleh komoditas hingga menentukan keuntungan. Kejujuran sangat penting dalam berbisnis, apabila tidak jujur dari awal maka bisnis bisa hancur. Ditemukan dalam lapangan bahwa owner menjual barang dengan jujur kepada pembeli. Memberi tahu apa adanya tentang barang yang dijual tanpa melebih-lebihkan, jadi barang yang ada di toko sudah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh karyawan kepada para

pembeli begitu pula dengan penjualan secara online maka di setiap postingan akan dideskripsikan secara lengkap sehingga tidak merugikan pembeli.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli di Potvashion dilakukan antara penjual dan pembeli. Penjual mendapatkan pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan atau yang lebih dikenal dengan TP Pagi setiap hari sabtu dan minggu. Sebelum dijual semua pakaian bekas yang didapat akan disterilkan terlebih dahulu untuk menghilangkan bakteri maupun jamur. Praktik jual beli ini berlangsung dengan dua cara, membeli langsung di toko Potvashion atau secara online via sosial media.

Ditinjau dari etika bisnis islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada, semuanya dilakukan dengan baik dan tidak ada pelanggaran yang dilakukan. Seperti menjual pakaian bekas secara jujur dimana akan dijelaskan sedari awal kondisinya secara apa adanya, ada pula untuk kualitasnya bisa dipastikan baik semua karena sebelum sampai ke pembeli setiap pakaian bekas akan dipilih- pilih terlebih dahulu agar layak untuk dibeli, serta ada pertanggungjawaban ketika barang yang dibeli tidak sesuai jadi bisa diretur maupun uang Kembali 100% selagi pembeliannya belum lama. Ditinjau dari etika bisnis islam, Potvashion sudah menerapkan prinsip-prinsipnya seperti kesatuan (tauhid/unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), dan kebenaran (truth, goodness, honesty).

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dijelaskan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran kepada para pembeli jika akan membeli pakaian bekas sebaiknya lebih teliti dalam membelinya. Untuk pembeli via sosial media lebih baik bertanya sedetailnya agar apa yang dibeli sesuai dengan keinginan begitupun dengan pembeli yang langsung ke toko, alangkah baiknya dicek terlebih dahulu secara rinci agar tidak terjadi salah membeli karena kelalaian diri sendiri. Selanjutnya kepada penjual atau Potvashion akan lebih baik jika setiap ada pembeli bisa memberikan edukasi terhadap pembelian pakaian bekas. Karena hal tersebut akan memberikan kesan baik kepada para pembeli serta meminimalisir kerugian kepada para pembeli apabila ada penjual yang nakal.

5. REFERENSI

- Abuznaid, S. A. (2009). Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(4), 278–288. <https://doi.org/10.1108/17538390911006340>
- Al-Nashmi, M. M., & Almamary, A. A. (2017). The relationship between Islamic marketing ethics and brand credibility: A case of pharmaceutical industry in Yemen. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 261–288. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2015-0024>
- BPS. (2022). *Ekpor-Impor Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/nilai-impor-baju-bekas-meroket-6076-pada-kuartal-iii-2022-ancam-industri-tekstil-ri>
- Budianto, E. W. H. (2022). Pemetaan Penelitian Akad Mudharabah Pada Lembaga Keuangan Syariah: Studi Bibliometrik Vosviewer Dan Literature Review. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 43–68. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.3895>

- Darmawati. (2013). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al Qur'an Dan Sunnah. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam: Mazahib*, 11(1), 63.
- Erlan, T. J., Nurhab, B., & Yarmunida, M. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(1), 379–393. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i1.4387>
- Fauzan. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)*. 1–149.
- Hassan, A. (2016). Islamic ethical responsibilities for business and sustainable development. *Humanomics*, 32(1), 80–94. <https://doi.org/10.1108/H-07-2015-0047>
- Huda, S. N., & Ihwanudin, N. (2022). Etika Bisnis Islam dalam Tinjauan Al-Qur'an dan Hadits. *Journal of Islamic Studies Review*, 2(1), 67. <http://journal.adpetikisindo.or.id/index.php/moderation/article/download/35/21>
- Jalaluddin, & Khoerulloh, A. K. (2020). Prinsip Konsumsi dalam Islam : Tinjauan Terhadap Perilaku Konsumen Muslim dan Non-Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 3(2), 148–160.
- Masyukuroh, N. (2020). *Etika Bisnis Islam*. Media Karya Publishing.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muawar, A. A. (2018). *Ijon Sale and Purchase Practices An Overview of Islamic Economic Law*. 88896.
- Nurhadi. (2021). *Bahaya Jamur, Bakteri, dan Virus yang Ada di Pakaian Bekas*. Gaya.Tempo.Co. <https://gaya.tempo.co/read/1532090/bahaya-jamur-bakteri-dan-virus-yang-ada-di-pakaian-bekas>
- Ridwan, M., Ulum, B., Muhammad, F., & Indragiri, U. I. (2021). *Jurnal Masohi*. 02.
- Septiarini, D. F., Ratnasari, R. T., Salleh, M. C. M., Herianingrum, S., & Sedianingsih. (2023). Drivers of behavioral intention among non-Muslims toward halal cosmetics: evidence from Indonesia, Malaysia, and Singapore. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(2), 230–248. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0064>
- Torik, M., Buana, L., & Halim, S. (2022). Tinjauan literatur akad salam dan analisa penerapannya pada penjualan laptop online di marketplace besar Indonesia. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 4, 32–36. <https://doi.org/10.20885/ncf.vol4.art6>
- Wicaksono, E. P. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor Pada Akun Instagram @hum2ndstuff. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(02), 49–63. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i02.2517>
- Wijaya, M. B. S., Joebagio, H., & Sariyatun, S. (2018). Konstruksi pembelajaran sejarah islam berbasis teks Kajen dan serat Cebolek dengan pendekatan ways of knowing. *Tarbawi : Jurnal Pendidikan Islam*, 15(2), 166–182. <https://doi.org/10.34001/tarbawi.v15i2.849>
- Zaki, K. (2020). Manajemen syariah: Viral marketing dalam perspektif pemasaran syariah. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).