

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ajaran Islam mengatur perilaku manusia, baik dalam hubungan antara manusia dengan Allah SWT maupun hubungan sesama manusia lainnya. Islam mengatur hubungan kuat antara akhlak, akidah, ibadah, dan muamalah. Aspek muamalah ini merupakan dasar dalam membangun perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai dalam ajaran Islam dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dinegara. Ajaran muamalah akan menahan manusia dari menghalalkan segala cara dalam memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya.¹ Kegiatan bisnis jual beli merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Hampir setiap hari manusia melakukan kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti makanan, pakaian, dan kebutuhan lainnya. Dalam Islam semua aktivitas harus berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits maupun Ijtihad para ulama. Begitu juga dalam kegiatan jual beli dan kegiatan bisnis yang harus mengacu pada aturan tersebut.² Jual beli pada dasarnya dibolehkan oleh

¹ Syarifuddin Amir, 'Garis-Garis Besar Fiqh', *Jakarta: Kencana*, 2003.

² Muklisshotun And Muhammad Dzikirullah H Noho, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Ditoko Sandang Murah Bojonegoro', *Irtifaq*, 8.2 (2021), 111–21.

ajaran Islam. Hal ini berdasarkan firman Allah dalam sura An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ۝٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.³ Maksud dari ayat di atas 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 gharar, selain itu ayat ini juga memberikan pemahaman bahwa dalam setiap transaksi yang di laksanakan harus memperhatikan unsur kerelaan bagi semua pihak.⁴ Sebuah bisnis yang dilakukan dengan menggunakan aturan dan tata cara Islam disebut bisnis berbasis syariah. Dua kata yang ada di dalamnya, yaitu bisnis dan syariah, mengandung arti, bisnis yaitu sebuah tindakan

³ Aris Munandar and Ahmad Hasan Ridwan, ‘Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba’i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online’, *Rayah Al-Islam*, 7.1 (2023), 271–87.

⁴ Dimyauddin Djuwaini, ‘Pengantar Fiqh Muamalah’, 2020.

jual beli atau dagang, sedangkan syariah yaitu sumber jalan yang lurus atau baik. Bisnis berlandaskan syariat Islam ini menggunakan konsep halal di dalam praktik bisnisnya. Bukan hanya menyangkut jual belinya, tapi juga dalam akhlak berbisnis, barang yang diperjual belikan, pakaian yang digunakan, ibadah dalam bisnis, maupun muamalah. Jika dilihat secara kasat mata jenis bisnis seperti ini mungkin terlihat tidak praktis dan memusingkan, tetapi pada saat dijalankan akan dapat dimengerti bahwa setiap aspek di dalamnya akan memberikan ketenangan batin bagi mereka yang menjalankannya.⁵ Bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengetahuan bisnis tidak di batasi dengan urusan dunia saja, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.⁶

⁵ Nuha Falihah Salsabila, 'Analisa Model Bisnis Berbasis Syariah Pada Umkm Tiga Putra Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dan Analisis Swot', *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12.

⁶ Fitri Sagita and others, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Parfume Isi Ulang Di Toko Galery Parfume', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3.3 (2022), 389–401.

Model bisnis adalah kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai dalam konteks sosial, ekonomi, dan budaya. Dalam konteks perdagangan, model bisnis menjadi landasan utama untuk memahami bagaimana pelaku usaha menentukan strategi pemasaran, distribusi, penetapan harga, hingga hubungan dengan pelanggan. Menurut Osterwalder dan Pigneur, tahun 2010 dalam bukunya *Business Model Generation*, model bisnis yang efektif adalah model yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif serta menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang dinamis.⁷

Industri *fashion* global mengalami pertumbuhan signifikan, dengan permintaan akan produk-produk pakaian yang terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu segmen yang menarik perhatian adalah pakaian dan peralatan *outdoor*, yang tidak hanya diminati oleh pasar internasional tetapi juga di Indonesia. Perkembangan model bisnis di sektor *ritel* terus mengalami transformasi, terutama dengan hadirnya gerakan *Thrifting/Preloved*, atau membeli barang bekas, telah menjadi model bisnis yang menarik karena sifatnya yang ekonomis, ramah lingkungan, dan berorientasi pada keberlanjutan (*sustainability*). Salah satu segmen *thrifting* yang berkembang pesat adalah barang-barang *outdoor*, seperti jaket, sepatu

⁷ Textil San Pedro S.A. and others, 'Cómo Se Elabora Un Modelo Canvas', *Powered By Monkeyplus*, 978-2-8399-0580-0, 2020, Textil San Pedro.

gunung, baju, celana tas pendakian serta peralatan lainnya. Produk-produk ini banyak diminati karena dianggap memiliki kualitas yang lebih unggul dibandingkan produk baru lokal, namun dengan harga yang lebih terjangkau.⁸ Perdagangan pakaian *secondhand preloved* atau *thrifting* ini mulai masuk ke pasar Indonesia semenjak tahun 2013 lalu, penjualannya dimulai dari barang antik, langka, hingga barang yang dikeluarkan oleh berbagai *brand* terkenal. Bisnis pakaian *preloved/thrifting* tidak hanya dilakukan pada dunia *online*, namun juga bisa ditemukan di dunia *offline*. Biasanya, *thrift shop* akan mudah dijumpai pada kota-kota yang menjadi tujuan para pelajar atau mahasiswa, karena mereka memiliki daya tarik yang tinggi untuk mengikuti berbagai tren *fashion* atau gaya tertentu. Sehingga, barang-barang yang ada di *thrift shop* kebanyakan yang berhubungan dengan *fashion*.⁹

Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS), angka impor pakaian bekas selama tahun 2018-2020 di Indonesia memang sempat melonjak hingga ratusan ton. Apalagi pada tahun 2019, volumenya mencapai 392 ton. Namun, angka tersebut mulai menurun dari tahun ke tahun sampai pada 2021 volume

⁸ McKinsey & Company and Global Fashion Agenda, 'Fashion on Climate: How the Fashion Industry Can Urgently Act to Reduce Its Greenhouse Gas Emissions', *McKinsey & Company*, 2020, 52.

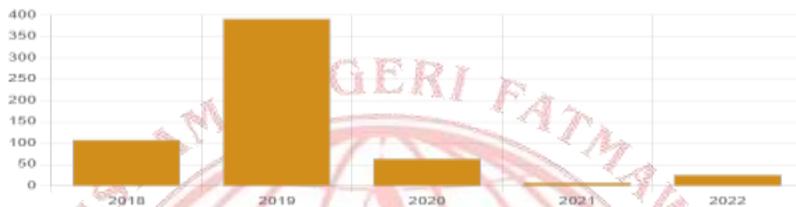
⁹ Gifari Rofid, 'Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pakaian Secondhand Di Thrift Shop Padang' (Universitas Andalas, 2023).

impur pakaian bekas berhasil menyentuh angka dibawah 10 ton.

Gambar 1

Impur Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir

Statistik Impur Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir



Sumber: Badan Pusat Statistik 2023

Volume impur pakaian bekas yang masuk ke Indonesia pada 2022 jumlahnya meningkat 227,75 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 8 ton. Angka tersebut setara dengan Rp 4,21 miliar. Negara yang mengimpur pakaian bekas tertinggi ke Indonesia adalah Jepang, totalnya mencapai 12 ton. Meskipun sebenarnya pemerintah telah mengatur larangan impur pakaian bekas, namun masih saja ada importir yang bebas masuk ke Indonesia.¹⁰ Data Badan Pusat Statistik menunjukkan, impur pakaian bekas ke Indonesia pada 2023 mencapai 12,9 ton. Jumlah tersebut menurun dari tahun 2022 yang mencapai 26,2 ton dengan nilai Rp 4,3 miliar. Jumlah tersebut merujuk pada kelompok barang dengan kode impur HS 6309.00.00. Kode impur

¹⁰ Putri Andila Adel, 'Statistik Impur Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir', *Goodstats.Id*, 2023 <<https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Statistik-Impur-Pakaian-Bekas-5-Tahun-Terakhir-Rlqto>> [Accessed 21 January 2025].

tersebut impor jenis pakaian bekas. Namun, pada tahun 2024, hingga bulan Juni 2024, terjadi kenaikan nilai impor yang fantastis. Tercatat 1.627 ton dengan nilai barang Rp 6,1 miliar. Data BPS ini merupakan rekapitulasi dari tujuh pintu masuk internasional, di antaranya Bandara Soekarno-Hatta, Bandara Ngurah Rai, Bandara Achmad Yani, Bandara Juanda, Pelabuhan Tanjung Mas, Pelabuhan Tanjung Perak, dan Kantor Pos Pasar Baru di Jakarta Pusat.¹¹

Perdagangan pakaian bekas beberapa tahun terakhir semakin meningkat, hal ini disebabkan adanya tren yang sedang populer dimasyarakat khususnya anak muda yaitu tren membeli barang bekas (*thrifting* atau *preloved*), dengan banyaknya permintaan yang semakin beragam menyebabkan pedagang melakukan impor pakaian bekas untuk memenuhinya. Kegiatan impor pakaian bekas ini menimbulkan berbagai permasalahan baru diantaranya yaitu mengganggu kestabilan harga pasar dan industry tekstil domestik, karena dengan adanya impor pakaian atau barang bekas dapat mematikan serta mempengaruhi UMKM dan industri tekstil.¹²

¹¹ Krisdamarjati Advent Yohanes, 'Mengapa Pakaian Bekas Impor Tinggi Peminatnya?', *Kompas.Id*, 2024 <<https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/05/mengapa-pakaian-bekas-impor-tinggi-peminatnya>> [Accessed 2 February 2024].

¹² Selviana Samudera And Others, 'Strategi Kementerian Perdagangan Dalam Menangani "Thrifting" Di Pasar Senen', *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (Jpk)*, 5.3 (2024), 142–54.

Produk *outdoor* merujuk pada peralatan dan pakaian yang dirancang khusus untuk mendukung berbagai aktivitas di luar ruangan, seperti *hiking*, *rafting*, *climbing*, *tracking*, *camping* dan olahraga luar lainnya. Produk-produk *outdoor* ini dirancang dengan material yang tahan lama dan fungsional untuk melindungi penggunanya dari kondisi cuaca *ekstream*. Beberapa jenis produk *outdoor* yang umum termasuk jaket tahan air, sepatu *hiking*, tenda, ransel, *sleeping bag*, dan pakaian teknis lainnya.¹³ Produk-produk ini sering kali dibuat dengan teknologi dan material yang dapat bertahan dalam berbagai kondisi alam, memberikan kenyamanan dan perlindungan bagi penggunanya selama berada di luar ruangan.¹⁴

Merek-merek terkenal dalam dunia *thrifting* impor, seperti The North Face, Patagonia, Columbia, Arc'teryx, Montbell, Blackyak, Millet, Fjallraven, Deuter, La Sportiva dan lainnya sering ditemukan di toko *thrifting*. Produk-produk dari *brand* ini dikenal dengan material berkualitas tinggi, inovasi teknologi, serta daya tahan yang luar biasa. Kondisi ini membuat produk *thrifting outdoor* impor lebih menarik bagi konsumen meskipun dalam kondisi bekas.¹⁵ Sementara itu,

¹³ B. Satterfield, T. & Steed, *Outdoor Recreation: An Introduction* (Wiley-Blackwell, 2017).

¹⁴ A. Rising, 'A Guide To Outdoor Gear And Apparel', *Journal Of Outdoor Gear*, 12.3 (2015), 45–60.

¹⁵ Hidayat Ridwan, '20 Merek Pakaian Thrifting Paling Diburu Pembeli', *Tugumalang.Id*, 2022 <<https://Tugumalang.Id/20-Merek-Pakaian-Thrifting-Paling-Diburu-Pembeli>> [Accessed 18 January 2025].

toko-toko *outdoor* lokal yang menjual produk baru hasil karya UMKM menghadapi tantangan besar. Merek lokal seperti Eiger, Consina, Avtech, Kalibre, Arei *Outdoor Gear*, Big Adventure, Big Armour, Dhaulagiri dan lainnya menawarkan perlengkapan *outdoor* seperti jaket, tas, tenda dan peralatan lainnya dengan harga yang kompetitif.¹⁶ Namun, produk-produk ini sering kali harus bersaing dengan produk *preloved/thrifting* impor yang tidak hanya lebih murah tetapi juga memiliki citra merek global yang lebih kuat. Mereka harus bersaing dengan produk *thrifting* impor yang sering kali lebih murah dan memiliki nilai estetika tersendiri di mata konsumen. Tantangan ini semakin kompleks karena sebagian besar produk *thrifting* impor masuk melalui jalur yang tidak resmi, sehingga dapat menawarkan harga jauh di bawah harga pasar. Studi dari Badan Pusat Statistik, menunjukkan bahwa persaingan ini memengaruhi keberlanjutan bisnis UMKM, yang berkontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.¹⁷

Di Bengkulu. Di kota ini, Pasar Panorama menjadi pusat aktivitas *thrifting/preloved*, di mana konsumen dapat menemukan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga

¹⁶ Putri Tiara Adeline Maria, 'Tak Cuma Eiger, Masih Ada 6 Merek "Outdoor" Lokal Yang Terkenal', *Kompas.Com*, 2021 <<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/01/29/070000120/tak-cuma-eiger-masih-ada-6-merek-outdoor-lokal-yang-terkenal>> [Accessed 18 January 2025].

¹⁷ Badan Pusat Statistik, 'Profil Industri Mikro Dan Kecil 2022', *Badan Pusat Statistik*, 13 (2023), 1–239.

terjangkau.¹⁸ Berdasarkan laporan Radar Bengkulu, salah satu pusat toko-toko *thrifting* yang berada di Pasar Panorama Bengkulu menunjukkan peningkatan penjualan hingga 30%, sementara toko *outdoor* lokal mengalami penurunan omzet hingga 20% akibat persaingan yang ketat.¹⁹ Dan salah satu toko yang aktif berjualan serta penyewaan produk *outdoor thrifting* impor secara *online/offline* di kota Bengkulu adalah toko Antik *Outdoor* Bengkulu dengan akun Instagram https://www.instagram.com/antik.outdoor_s.bkl/ dan Dear *Outdoor* Bengkulu dengan akun Instagram https://www.instagram.com/Dear_outdoor_12/. Serta masih banyak toko lainnya, Fenomena ini didorong oleh meningkatnya minat konsumen terhadap produk *fashion* berkualitas dengan harga terjangkau, serta kesadaran akan keberlanjutan lingkungan melalui praktik daur ulang pakaian. Toko-toko *thrifting* yang menjual produk *outdoor* impor menjadi alternatif menarik bagi konsumen yang mencari perlengkapan dengan harga lebih murah dibandingkan produk baru.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015, impor pakaian bekas dilarang di

¹⁸ Siregar Idham Adi, 'Pasar Panorama Pusat Thrifting Favorit Anak Muda', *Rri.Co.Id*, 2024 <<https://www.rri.co.id/hobi/916647/pasar-panorama-pusat-thrifting-favorit-anak-muda>> [Accessed 14 January 2025].

¹⁹ Zarus Azmaliar, 'Bisnis Fashion Thrifting Masih Tren Di Panorama Kota Bengkulu', *Radar Bengkulu.Com*, 2024 <<https://radar.bengkulu.bacakaran.co/read/1570/bisnis-fashion-thrifting-masih-tren-di-panorama-kota-bengkulu>> [Accessed 14 January 2025].

Indonesia karena dapat membahayakan kesehatan konsumen dan mengganggu industri lokal.²⁰ Namun, kehadiran bisnis *thrifting* impor menimbulkan tantangan bagi toko *outdoor* lokal yang menawarkan produk baru hasil produksi dalam negeri. Persaingan ini dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha lokal, terutama dalam hal penetapan harga dan preferensi konsumen. Selain itu, praktik penjualan pakaian bekas impor menimbulkan pertanyaan terkait legalitas dan dampaknya terhadap kesehatan konsumen, mengingat adanya larangan impor pakaian bekas di Indonesia.²¹

Aktivitas perdagangan harus memenuhi prinsip-prinsip seperti keadilan ('*adl*), transparansi, dan kemaslahatan (masalah) bagi semua pihak yang terlibat. Prinsip keadilan menekankan pentingnya persaingan usaha yang sehat tanpa adanya praktik yang merugikan salah satu pihak. Sementara itu, prinsip masalah mengharuskan bahwa kegiatan ekonomi membawa manfaat bagi masyarakat luas dan tidak menimbulkan mudarat. Dalam konteks ini, praktik jual beli pakaian bekas impor perlu ditinjau apakah sesuai dengan etika bisnis Islami, mengingat adanya potensi pelanggaran

²⁰ Kemendag, 'Peraturan Menteri Perdagangan Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas', 2015, Pp. 1-3.

²¹ Sakinah Pokhrel, 'Jual Beli Thrifting Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif (Studi Kasus: Toko Brengsecond_Store Depok)', *Ayan*, 15.1 (2024), 37-48.

terhadap syarat sah jual beli dan etika bisnis dalam Islam.²² Sebagaimana ditegaskan oleh Al-Ghazali dalam konsep maqashid syariah, tujuan utama dari ekonomi Islam adalah menjaga keberlangsungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta melalui praktik-praktik ekonomi yang etis dan berkeadilan.²³

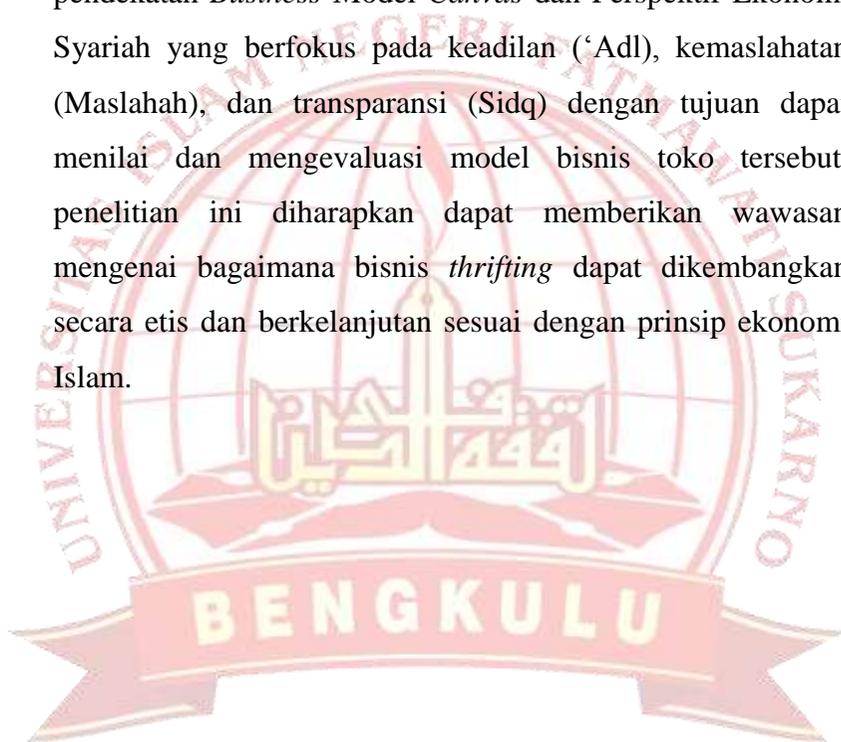
Realitas di lapangan menunjukkan adanya potensi ketidakseimbangan antara model bisnis *thrifting outdoor* impor dengan toko *outdoor* lokal. Di satu sisi, *thrifting* memberikan akses kepada konsumen untuk mendapatkan produk berkualitas dengan harga murah. Namun di sisi lain, model bisnis ini berisiko mengurangi daya saing produk lokal dan melemahkan sektor UMKM. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk menilai sejauh mana model bisnis *thrifting outdoor* impor dapat selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Secara keseluruhan, bisnis *thrifting* di Indonesia memiliki potensi besar dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan produk berkualitas dengan harga terjangkau, sekaligus mendukung prinsip keberlanjutan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi syariah dalam praktik bisnisnya, pelaku usaha dapat menciptakan model bisnis yang tidak hanya

²² Shovia Indah Firdiyanti and others, 'Etika Bisnis Dalam Islam: Dampak Dan Analisis Jual Beli Thrifting', *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5.1 (2024), 12–27.

²³ Imtiaz Uddin Ahmad, 'Islam and the Economic Challenge', *American Journal of Islam and Society*, 9.4 (1992), 546–55.

menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang: **Model *Business Canvas* Toko *Thrifting Outdoor* Impor Di Kota Bengkulu Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.** Dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan Perspektif Ekonomi Syariah yang berfokus pada keadilan ('Adl), kemaslahatan (Maslahah), dan transparansi (Sidq) dengan tujuan dapat menilai dan mengevaluasi model bisnis toko tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana bisnis *thrifting* dapat dikembangkan secara etis dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.



B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Maka peneliti membatasi batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada 5 toko *thrifting outdoor* impor yang berlokasi di Kota Bengkulu, yang mana di antaranya:

Tabel 1
Batasan Toko Thrifting Outdoor Impor

No	Nama Toko	Alamat
1	Kelana <i>Outdoor</i>	Jl. Hibrida 10, Sido Mulyo, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu
2	<i>Dear Outdoor</i>	Jl. Bakti Husada, No. 68, RT.01/RW.01, Lingkar Barat, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu
3	<i>Antik Outdoor</i>	Jl. Merpati 12, Rawa Makmur, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu
4	<i>Shinar Outdoor</i>	Jl. Flamboyan 17 No.05, RT.005/RW.015 Skip, Pintu Batu, Kec. Teluk Segara, Kota Bengkulu
5	<i>Thrifting</i> Pasar Panorama	Jl. Panorama, Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu

2. Penelitian dibatasi pada produk-produk *outdoor* yang meliputi pakaian, sepatu, perlengkapan mendaki, tas, dan aksesoris lainnya, yang relevan dengan aktivitas luar ruangan.
3. Analisis model bisnis dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, seperti keadilan ('*adl*), kemaslahatan (*maslahah*), dan transparansi (*ṣidq*).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Maka penelitian ini dirumuskan pada:

1. Bagaimana model bisnis yang diterapkan oleh toko *thrifting outdoor* impor di Kota Bengkulu menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Menilai dan mengevaluasi bagaimana penerapan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, seperti keadilan ('*adl*), kemaslahatan (*maslahah*), transparansi (*ṣidq*), dalam model bisnis toko *thrifting outdoor* impor di Kota Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis model bisnis yang diterapkan oleh toko *thrifting outdoor* impor di Kota Bengkulu menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

2. Menilai dan mengevaluasi penerapan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, seperti keadilan ('adl), kemaslahatan (masalah), dan transparansi (sidq), dalam model bisnis toko tersebut.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis

penelitian ini berkontribusi pada pengembangan pemahaman tentang penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam model bisnis, khususnya dalam sektor *ritel thrifting outdoor*. Hal ini memperkaya teori ekonomi syariah dengan memberikan perspektif baru mengenai keberlanjutan dan keadilan dalam bisnis.

2. Kegunaan secara Praktis

penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha, baik toko *thrifting outdoor* impor maupun toko *outdoor* lokal, untuk mengembangkan model bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah, meningkatkan daya saing mereka, dan mematuhi regulasi yang mendukung keberlanjutan usaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang lebih mendukung pengembangan bisnis berbasis ekonomi syariah di Indonesia.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Kamal, Irsyad Rejito, Cattleya Akbar, Adhadian Farras, Joval Ifghaniyafi, Tahun 2024, bertujuan untuk menganalisis model bisnis toko *thrift* Leo Collection di Pasar Cimol Gedebage, Bandung, Jawa Barat, dengan menggunakan Kanvas Model Bisnis. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Kanvas Model Bisnis adalah kerangka kerja yang terdiri dari sembilan elemen utama atau "blok bangunan" yang perlu dipertimbangkan dalam merancang model bisnis. Kesembilan elemen tersebut meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya. Hasil penelitian menunjukkan Leo Collection berhasil memanfaatkan tren meningkatnya minat masyarakat terhadap *thrifting* dengan menyediakan pakaian bekas berkualitas tinggi dan harga terjangkau. Toko ini menargetkan beberapa segmen pelanggan, termasuk remaja dan dewasa muda yang peduli terhadap lingkungan, penggemar *fashion vintage*, serta individu dengan anggaran terbatas yang mencari alternatif yang ramah lingkungan dibandingkan dengan *fast fashion*. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek

penelitiannya, Sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.²⁴

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Suyanto, Chaterine Limbong, Lisnawati Cantika, Niluh Devinda Putri Dewi, Shierly Valencia Apriliana, Tarisya Suwarno, Henky Lisan, Tahun 2022, bertujuan untuk memahami keadaan konteks Analisis Model Bisnis Pada Toko Biondi Menggunakan *Business Model Canvas* melalui *eksplanasi* secara detail dan luas tentang keadaan yang terjadi. Menurut Yulianty & Jufri di dalam penelitian *research* harus dilakukan dengan cermat agar data yang diperoleh dapat dijelaskan secara akurat sehingga dapat membentuk hasil penelitian yang sesuai. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif, Penulis mengumpulkan data dengan teknik *interview via daring* dan *observasi*. Wawancara atau *interview* adalah komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih, di mana satu orang bertugas sebagai penanya (pewawancara) dan pihak lainnya bertugas sebagai narasumber dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mengumpulkan data atau pun mendapatkan suatu informasi. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh melalui wawancara dan *observasi*, maka penulis mengusulkan untuk memperbaharui *Business Model*

²⁴ Irsyad Kamal And Others, 'Analisis Kanvas Model Bisnis Thrift Toko Leo Collection Di Pasar Cimol Gedebage , Bandung Jawa Barat Canvas Analysis Of The Thrift Business Model Of The Leo Collection Store In Cimol Gedebage Market , Bandung , West Java', 2024, 4791–98.

Canvas Toko Biondi. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya, Sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.²⁵

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Devi Nabila Zahra, Tahun 2016, Mengkaji bagaimana praktik jual beli pakaian bekas impor sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Fokus penelitian adalah untuk menganalisis apakah pelaku usaha telah menjalankan prinsip keadilan, kejujuran, dan manfaat dalam praktik bisnis mereka, serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dalam menentukan informan peneliti ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah dengan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan, sedangkan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada toko pakaian bekas (*thrifting*) yang masih belum menjalankan paktek jual beli yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, Perbedaan penelitian ini terletak pada objek

²⁵ Chaterine Suyanto and others, 'Analisis Model Bisnis Pada Toko Biondi Menggunakan Business Model Canvas', *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1 (2022), 237–45.

penelitiannya, Sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.²⁶

4. Penelitian yang dilaksanakan oleh Pratiwi Andriani, Tahun 2023, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik jual beli pakaian bekas impor (*thrifting*) via *online* dan pengembangan ekonomi perspektif maqashid syariah. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif, yakni dengan mengacu pada pada hukum yang terdapat al-quran, hadist dan kitab fiqih, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, fatwa ulama, dan hukum positif. Hasil penelitian ini, diperoleh bahwasanya jual beli pakaian bekas impor tidak memenuhi unsur syarat jual beli sesuai dengan peraturan Menteri Perdagangan dan Peraturan Nomor: 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang larangan Impor Pakaian Bekas dalam pasal 2 yang berbunyi: Pakaian Bekas dilarang diimpor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Adapun maksud dari Maqhasid syariah yaitu untuk kemaslahatan seluruh umat manusia. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya,

²⁶ Devi Nabila Zahra, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Jual Beli Pakaian Bekas (Thrifting) Impor (Studi Kasus Di Kota Metro)', 2016, 1–23.

Sedangkan persamaannya terletak pada objek penelitiannya.²⁷

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh A. Hermawan, Tahun 2021, Penelitian ini bertujuan untuk mengusulkan strategi dan model bisnis perusahaan start-up berdasarkan hasil analisis dari dua perusahaan start-up asal Kota Tasikmalaya yaitu Indikos dan KlikQuick. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, Melakukan wawancara dengan pemilik Indikos dan KlikQuick, melakukan pengumpulan data, kemudian menganalisis data. Hasil analisis data tersebut menghasilkan sebuah strategi dan model bisnis yang dapat diaplikasikan oleh pelaku start-up lain di Kota Tasikmalaya. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya, Sedangkan persamaannya terletak pada subjek penelitiannya.²⁸

²⁷ Pratiwi Andriani, 'Transaksi Jual Beli Pakaian Bekas Impor (Thriftling) Via Online Dan Pengembangan Ekonomi Perspektif Maqashid Syariah', 2023.

²⁸ A Hermawan, 'Analisis Strategi Dan Model Bisnis Start-Up Untuk Mendorong Pertumbuhan Bisnis Start-Up Di Tasikmalaya', *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 21.1 (2021), 23–30.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif menurut Mukhtar, metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu.²⁹

Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami dan menganalisis model bisnis toko *thrifting outdoor* impor di Kota Bengkulu berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) serta menilai dan mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, yaitu keadilan ('Adl), kemaslahatan (Maslahah), dan transparansi (Sidq).

b. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) dan bersifat deskriptif, Pendekatan kualitatif juga merupakan yang mana prosedur penelitiannya menghasilkan data deskriptif

²⁹ Adriana Hulu, 'Analisis Kesalahan Penggunaan Ejaan Pada Karangan', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2020), 1689–99.

yang berupa kata-kata yang secara tertulis ataupun lisan dari perilaku orang-orang yang diamati.³⁰

Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap praktik bisnis kelima toko tanpa menggunakan data kuantitatif atau statistik. Studi kasus membantu dalam memahami bagaimana toko menerapkan model bisnisnya serta sejauh mana sesuai dengan prinsip Ekonomi Syariah (keadilan, kemaslahatan, transparansi).

2. Waktu Dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 1 sampai 2 bulan, mencakup pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen.

b. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bengkulu, dengan fokus pada toko *thrifting outdoor* impor yang beroperasi di wilayah tersebut.

³⁰ Syamsul Adi Arifien, 'Penggunaan Bimbingan Dan Konseling Individu Dalam Menangani Permasalahan Transeksual Femalo to Male Dengan Menggunakan Pendekatan Feminisme (Studi Kasus Di SMP Negeri 12 Bandar Lampung)', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2016), 1689–99.

Tabel 2
Toko Thrifting Outdoor Impor

No	Nama Toko	Alamat
1	<i>Kelana Outdoor</i>	Jl. Hibrida 10, Sido Mulyo, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu
2	<i>Dear Outdoor</i>	Jl. Bakti Husada, No. 68, RT.01/RW.01, Lingkar Barat, Kec. Gading Cempaka, Kota Bengkulu
3	<i>Antik Outdoor</i>	Jl. Merpati 12, Rawa Makmur, Kec. Muara Bangka Hulu, Kota Bengkulu
4	<i>Shinar Outdoor</i>	Jl. Flamboyan 17 No.05, RT.005/RW.015 Skip, Pintu Batu, Kec. Teluk Segara, Kota Bengkulu
5	<i>Thrifting Pasar</i> Panorama	Jl. Panorama, Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang dianggap mengetahui dengan baik terhadap masalah yang sedang diteliti oleh peneliti dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti. Dalam penelitian kualitatif posisi informan sangat penting. Informan merupakan tumpuan pengumpulan data bagi peneliti dalam mengungkap permasalahan karena dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya mengenai objek penelitian tersebut. Informan merupakan “sumber data penelitian yang utama yang memberikan informasi dan gambaran mengenai pola perilaku dari kelompok masyarakat yang diteliti”³¹.

Dalam penelitian ini informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan relevansi dengan penelitian. Jumlah atau toko dan informan yang akan diwawancarai adalah 5 toko. Dalam penelitian ini, populasi mencakup seluruh toko *thrifting outdoor* impor yang berada di Kota Bengkulu. Namun, karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, maka tidak semua toko dalam populasi digunakan sebagai sampel. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik

³¹ Andreas Kurniawan, ‘Strategi Komunikasi HUMAS Pusat Survei Geologi Melalui Kegiatan Geoseminar Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Dikalangan Peserta Seminar’, 2019, 1–18.

purposive sampling, yaitu metode yang memilih informan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 toko, dengan rincian sebagai berikut:

Toko *thrifting outdoor* impor yang menjual perlengkapan *outdoor* bekas impor di Kota Bengkulu. Ada sebagian Kriteria yang digunakan penulis dalam pengambilan sample yaitu:

- a. Pemilik toko telah menjalankan bisnisnya minimal 5 tahun.
- b. Toko memiliki pelanggan tetap dan aktif berjualan, baik secara *online* maupun *offline*.
- c. Pemilik toko bersedia memberikan informasi terkait model bisnis.
- d. Untuk toko *thrifting outdoor* impor, dipilih toko yang secara aktif mengimpor produk dari luar negeri.

Tabel 3

Distribusi Sampel

Kategori	Kriteria Pemilihan	Jumlah
Toko <i>Thrifting Outdoor</i> Impor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual produk <i>outdoor</i> bekas impor. 2. Beroperasi minimal 5 tahun. 3. Memiliki pelanggan 	5 toko

	<p>tetap.</p> <p>4. Bersedia diwawancarai.</p>	
Total Sampel		5 toko

Dari populasi semua toko *thrifting outdoor* impor di Kota Bengkulu, terdapat 5 toko, yang memenuhi kriteria peneliti sehingga penelitian ini menggunakan objek penelitian 5 toko yang berlokasi di Kota Bengkulu.

Yang mana dalam hal ini peneliti akan mewawancarai 5 toko dengan target:

- a. Pemilik/Pengelola toko *thrifting outdoor* impor
- b. Pihak terkait, seperti akademisi atau praktisi ekonomi syariah (jika diperlukan)

4. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data penelitian ini menggunakan data primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugioyono, yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³²

Yang mana akan diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung terhadap praktik bisnis, dan interaksi dengan pemilik toko serta konsumen.

³² Nurjanah, 'Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah', *Jurnal Mahasiswa*, 1 (2021), h. 5.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.³³

Dimana peneliti akan memperoleh dari sumber literatur akademik, jurnal, regulasi terkait, serta dokumen bisnis yang relevan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk penelitian. Peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan proses pengumpulan data dengan cara mendapatkan suatu informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden atau partisipan yang mengetahui dan ahli di bidang yang akan diteliti. Menurut Hadi & Haryono, wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi atau ide melalui tanya jawab. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam.³⁴

³³ Zainal Abidin, 'Mencapai Tujuan Pendidikan Islam Di Era Modern Menurut Buku Filsafat Pendidikan Islam Karya Noor Amirudin, M.Pd.I', *Umg*, 2021, 33–35.

³⁴ Zaini Miftach, 'Pengembangan Paket Ekowisata Di Desawisata Liya Togo Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara', 2018, 53–54.

Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) adalah suatu proses yang bertujuan untuk memperoleh keterangan atau informasi dan bertukar ide guna penelitian dengan cara bertanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai. Wawancara juga digunakan sebagai pembuktian terhadap keterangan atau informasi yang diperoleh sebelumnya. Dengan wawancara bisa menggali informasi secara mendalam, terbuka dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian. Metode wawancara mendalam dilakukan dengan mempersiapkan daftar pertanyaan sesuai dengan topik/masalah yang akan diselesaikan.³⁵

Dilakukan dengan pemilik toko untuk memahami model bisnis berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC) serta menilai sejauh mana praktik bisnis mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah.

b. Observasi Langsung

Observasi langsung adalah metode pengamatan dan pencatatan gejala-gejala atau fenomena yang diteliti. Menurut Hardani,

³⁵ Nila Nazilatul Mazaya and Suliswaningsih Suliswaningsih, 'Perancangan Ui/Ux Aplikasi "Dengerin" Berbasis Mobile Menggunakan Metode Design Thinking', *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 12.2 (2023), 39–49.

observasi adalah teknik atau cara mengumpulkan data dengan mengamati aktivitas yang sedang berlangsung.³⁶

Mengamati aktivitas bisnis toko *thrifting outdoor*, termasuk interaksi dengan pelanggan, sistem transaksi, dan pemasaran.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi, data dan fakta. Data yang diperoleh berupa catatan, foto kegiatan penelitian, dan tulisan ilmiah yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan informasi dengan mempelajari dokumen-dokumen untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan masalah yang sedang dipelajari. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara di mana penelitian kualitatif dapat memvisualisasikan perspektif subjek melalui materi tertulis atau dokumen lain yang dihasilkan langsung oleh orang-orang yang terlibat.³⁷

Mengumpulkan dokumen terkait regulasi perdagangan pakaian bekas, literatur tentang

³⁶ Nova Ariyanti, Marleni, and Mega Prasrihamni, 'Analisis Faktor Penghambat Membaca Permulaan Pada Siswa Kelas I Di SD Negeri 10 Palembang', *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4.4 (2022), 1450–55.

³⁷ Mathematics, 'IAIN Kudus', 2016, 1–23.

ekonomi syariah, dan kebijakan perdagangan lokal. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengambilan gambar/foto ketika observasi, dan wawancara.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung. Saat melakukan wawancara penulis harus melakukan analisis terhadap jawaban-jawaban yang diberikan oleh narasumber. Jika jawaban yang informan setelah dikaji belum memenuhi dan memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi hingga sampai ditahap yang diperolehnya data yang dianggap kredibel.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara tematik dengan menyoroti pola utama dari 5 toko yang sudah di wawancara. Analisis dilakukan dalam tiga tahap utama:

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan tematik, dengan langkah-langkah berikut:

a. Reduksi Data Dan (Pengambilan Keputusan Mayoritas)

Menurut Sugiyono, reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.³⁸

Menyaring dan mengelompokkan data berdasarkan elemen *Business Model Canvas* (BMC)

1. Data wawancara dari 5 toko dikategorikan berdasarkan 9 elemen *Business Model Canvas* (BMC).
2. Pola jawaban yang paling sering muncul dalam setiap pertanyaan digunakan sebagai dasar analisis.
3. Data yang kurang relevan disaring untuk mempertajam kesimpulan.

Lalu menilai dan mengevaluasi bisnis model toko tersebut dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, yang tertuju dengan keadilan, kemaslahatan dan transparansi

- b. Penyajian Data Dan (Ringkasan dalam 9 elemen *Business Model Canvas* serta Narasi Deskriptif)

Penyajian data merupakan proses penyusunan informasi yang memberi kemungkinan adanya kesimpulan dalam penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan sejenisnya. Dengan penyajian data ini akan

³⁸ nuning Pratiwi, 'Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi', *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1 (2017), 213–14.

memudahkan peneliti untuk memahami masalah yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya sesuai dengan yang sudah dipahami.³⁹

Dalam penelitian ini peneliti menyusun temuan dalam bentuk naratif deskriptif, menjelaskan bagaimana model bisnis toko beroperasi dan menilai serta mengevaluasi sejauh mana kesesuaiannya dengan perspektif ekonomi syariah.

1. Hasil analisis ditampilkan dalam 9 elemen *business model canvas* toko *thrifting outdoor* impor.
2. Narasi deskriptif menjelaskan tren utama yang muncul berdasarkan jawaban mayoritas.
3. Kutipan wawancara digunakan untuk memperkuat temuan.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Herdiansyah, merupakan tahap terakhir dalam analisis data kualitatif. Kesimpulan dalam analisis data kualitatif menjurus kepada jawaban dari pertanyaan penelitian

³⁹ Pendidikan Agama, Islam Di, and M A N Medan, 'Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Agama Islam Di MAN 1 Medan', *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3.2 (2022), 147–53.

yang diajukan sebelumnya serta mengungkap “apa” dan “bagaimana” dari penelitian tersebut.⁴⁰

Setelah mengetahui model bisnis toko *thrifting outdoor* impor, penelitian ini kemudian menilai dan mengevaluasi penerapan Ekonomi Syariah, yaitu keadilan (‘Adl), kemaslahatan (Maslahah), dan transparansi (‘Sidq). Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, penelitian ini memberikan rekomendasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesesuaian model bisnis dengan prinsip ekonomi syariah, khususnya dalam aspek keadilan, kemaslahatan, dan transparansi dalam praktik bisnis.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian berguna untuk memudahkan proses kerja dalam penyusunan skripsi ini serta mendapatkan gambaran dan arah penelitian yang baik dan benar. Secara garis besar tugas akhir ini terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN: Berisikan latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI: Menjelaskan mengenai kajian teori tentang ekonomi syariah, perspektif ekonomi syariah, model bisnis, *thrifting*, produk *outdoor*, daya saing, perilaku

⁴⁰ Handayani, ‘Bab Iii Metode Penelitian’, *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5.3 (2020), 248–53.

konsumen keputusan pembelian, model bisnis *canvas* (BMC), serta kerangka konseptual penelitian ini.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN:

Berisikan gambaran secara umum lokasi profil dan karakteristik objek penelitian dan perkembangan UMKM Kota Bengkulu.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN: Menyajikan hasil penelitian berdasarkan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap lima toko *thrifting outdoor* impor di Kota Bengkulu. Pembahasan akan dilakukan secara deskriptif menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan ditinjau dari prinsip-prinsip Ekonomi Syariah yang meliputi keadilan ('Adl), kemaslahatan (Maslahah), dan transparansi (Şidq).

BAB V: PENUTUP: Berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian, Kesimpulan Merangkum model bisnis toko *thrifting outdoor* impor dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah. Saran Memberikan masukan kepada pelaku usaha, pemerintah, dan peneliti selanjutnya agar bisnis dapat berkembang secara syariah dan berkelanjutan.