

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah adalah cabang ilmu ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, Ijma', dan Qiyas. Sistem ini bertujuan untuk mewujudkan keadilan dan kesejahteraan melalui aktivitas ekonomi yang sesuai dengan syariah. Dalam ekonomi syariah, transaksi harus bebas dari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi), serta berorientasi pada kebermanfaatan dan keseimbangan sosial.<sup>41</sup> Prinsip utama ekonomi syariah meliputi keadilan ('adl), yaitu memastikan keseimbangan hak dan kewajiban dalam setiap transaksi ekonomi. Keadilan diterapkan melalui penetapan harga yang wajar, distribusi kekayaan yang merata, serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen dan produsen.<sup>42</sup> Selain itu, masalah atau kemanfaatan bagi masyarakat menjadi inti dari ekonomi syariah. Semua aktivitas ekonomi harus bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan sosial tanpa merugikan pihak

---

<sup>41</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001).

<sup>42</sup> M Umer Chapra, *The Future Of Economics: An Islamic Perspective* (Kube Publishing Ltd, 2016), XXI.

lain.<sup>43</sup> Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Hasyr: 7:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ  
وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ  
دُولَةً ۗ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا  
نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝٧

Artinya: “Apa saja (harta yang diperoleh tanpa peperangan) yang dianugerahkan Allah kepada Rasul-Nya dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. (Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu terimalah. Apa yang dilarangnya bagimu tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya”. Ayat ini menegaskan bahwa ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan individu, tetapi juga harus memastikan kesejahteraan bersama dengan distribusi kekayaan yang adil. Prinsip lainnya adalah larangan riba, yang dianggap sebagai eksploitasi dan menyebabkan ketimpangan ekonomi. Sebagai gantinya, ekonomi syariah mengusulkan sistem bagi hasil

---

<sup>43</sup> Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics: Theory And Practice; (Foundations Of Islamic Economics)* (Westview Press, 1986).

(*profit and loss sharing*) yang lebih adil bagi semua pihak.<sup>44</sup> Ekonomi syariah juga melarang gharar (ketidakpastian) dan maysir (spekulasi), karena dapat menyebabkan ketidakadilan dalam transaksi.<sup>45</sup>

Ekonomi syariah mengakui kepemilikan individu sebagai hak yang sah, namun dengan batasan dan tanggung jawab yang bertujuan untuk menjaga kemaslahatan bersama. Kepemilikan tidak bersifat absolut, melainkan bersyarat pada penggunaannya yang sesuai dengan syariat dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks kesejahteraan sosial, ekonomi Islam menekankan distribusi kekayaan yang adil melalui instrumen seperti zakat, sedekah, dan larangan riba, guna mengurangi kesenjangan ekonomi dan memastikan kebutuhan dasar masyarakat terpenuhi.<sup>46</sup>

## 2. *Thriftifing*

*Thriftifing* merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris. Kata "*thrift*" diambil dari kata *thrive* yang berarti berkembang dan maju. Sedangkan kata "*trifty*" dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang secara baik dan efisien. Namun istilah "*thriftifing*" dalam

---

<sup>44</sup> Muhammad Taqi Usmani, 'An Introduction To Islamic Finance', *Language*, 17.397p (2002), 22cm.

<sup>45</sup> Wahba Muṣṭafā Zuhili And Wahbah Al-Zuhayli, *Al-Fiqh Al-Islami Wa-Adillatuh* (Dar Al-Fikr Al-Mouaser, 1989).

<sup>46</sup> Kemala Dewi And Muhammad Adnan Azzaki, 'Prinsip Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam : Keseimbangan Antara Hak Individu Dan Kesejahteraan Sosial', 5.2 (2024), 823–31.

bahasa Inggris juga memiliki arti hemat atau penghematan. *Thrifting* merupakan aktivitas membeli atau mencari barang bekas untuk dipakai atau dijual kembali. *Thrifting* bertujuan untuk penghematan konsumsi suatu barang. Istilah disematkan kepada barang-barang bekas yang diimpor dari luar negeri. Wadah atau produsen yang menyediakan barang-barang impor bekas dikenal dengan istilah *thrift shop*. Kegiatan jual beli *thrifting* sangat digemari masyarakat Indonesia di berbagai kalangan usia. Mereka menganggap bahwa tren penggunaan barang *thrift* didasarkan untuk mendapatkan rasa percaya diri dalam lingkup pergaulan dengan harga yang relatif murah namun berkualitas, *sustainability*, dan juga menjadikan seseorang mempunyai nilai sosial sehingga diterima dalam pergaulan pada kalangan yang berkelas tinggi. Antusias masyarakat melakukan *thrifting* karena dapat menggunakan baju *branded* yang mahal dan sebagai bentuk penghematan. Negara China dan Bangladesh merupakan negara pemasok pakaian bekas terbesar di Indonesia.<sup>47</sup>

Diperkirakan pakaian bekas masuk ke Indonesia pada masa reformasi atau sekitar tahun 1997 saat krisis moneter yang mendorong masyarakat untuk membeli pakaian bekas. Keberadaan *thrifting* semakin meluas di

---

<sup>47</sup> Firdiyanti and others.

masyarakat karena menjadi sebuah tren pakaian yang menarik perhatian bagi konsumen maupun pelaku usaha sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perubahan konsep membeli pakaian bekas yang dulunya dianggap untuk masyarakat menengah ke bawah sekarang dinilai oleh masyarakat dapat menghemat pengeluaran dan membantu ekologi dengan mengurangi limbah tekstil. Berkaitan dengan lingkungan, masyarakat perlu memahami isu *fast-fashion* yang memproduksi pakaian secara massal dan selalu menghadapi masalah limbah tekstil yang berdampak pada lingkungan. Maraknya *fast-fashion* menyebabkan produksi dan konsumsi berlebih sehingga menimbulkan tumpukan limbah tekstil yang dapat menyebabkan emisi berbahaya ke udara, air, dan tanah.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/MDag/Per/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas, menyebutkan bahwa barang bekas asal impor berpotensi membahayakan kesehatan manusia sehingga tidak aman untuk dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat. Hal tersebut terbukti dalam uji laboratorium oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2015, yang mengambil uji sampel beberapa pakaian bekas. Pengujian dilakukan menggunakan parameter angka lempeng total (ALT) dan kapang, ternyata terdapat

beberapa *mikro organisme* yang dapat bertahan hidup pada pakaian bekas dalam waktu lama, yaitu bakteri *Staphylococcus aureus* (*S. aureus*), bakteri *Escherichiacoli* (*E. coli*), dan jamur (kapang atau khamir).<sup>48</sup>

### 3. Produk *Outdoor*

Peralatan *outdoor* merupakan perlengkapan yang digunakan untuk kegiatan di luar ruangan, seperti *hiking*, *camping*, dan berbagai aktivitas petualangan lainnya. Menurut para ahli, produk *outdoor* memiliki beberapa karakteristik dan fungsi penting yang mendukung keselamatan dan kenyamanan pengguna.

Kualitas produk adalah aspek utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller, kualitas produk berhubungan langsung dengan minat beli ulang konsumen, Produk *outdoor* harus memenuhi standar tertentu untuk menjaga keselamatan pengguna, terutama saat melakukan aktivitas di lingkungan *ekstrem*. Peralatan *outdoor* dirancang untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan selama kegiatan. Misalnya, peralatan seperti *carrier*, sepatu gunung, dan *sleeping bag* memiliki spesifikasi yang

---

<sup>48</sup> Alghifari Mahdi Igamo and others, 'Analisis Perilaku Konsumen Menuju Konsumsi Berkelanjutan: Studi Kasus Bisnis Thrifting Lokal Di Palembang', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.5 (2024), 4361–74.

disesuaikan dengan jenis kegiatan dan karakteristik medan.<sup>49</sup>

#### **4. Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian**

Pengertian perilaku konsumen menurut Amirullah, yaitu sejumlah perbuatan nyata pembeli yang terpengaruh dengan aspek psikologis & aspek luar yang menuntun mereka untuk menentukan barang yang diinginkannya.

Sedangkan menurut Sumarwan, definisi perilaku konsumen sebagai segala reaksi dan proses psikis yang mempengaruhi respon sebelum membeli, ketika pembelian, mengonsumsi, menggunakan barang & jasa serta kegiatan mengevaluasi.

Sunyoto & Tunggal, menyatakan bahwa perilaku konsumen ialah sebuah aksi dalam memperoleh, mengonsumsi serta memakai barang & jasa, juga cara pengambilan keputusan yang mendahului tingkah laku tersebut.

Pengambilan keputusan bagi Amirullah merupakan proses dimana pelanggan menilai beragam alternatif yang ada, untuk kemudian mencari salah satu/lebih pilihan berdasar alasan khusus.

Sedangkan menurut Taan, pengambilan keputusan pembelian adalah proses kepemilikan oleh pembeli akhir

---

<sup>49</sup> Yulianah, 'Bermain Permainan Outdoor', 1996.

yang dimulai dengan timbulnya rasa butuh sampai perasaan setelah melakukan pembelian.<sup>50</sup>

## 5. Daya Saing

Daya saing dalam ekonomi Islam mengacu pada kemampuan bisnis untuk bersaing dengan tetap menjunjung tinggi prinsip syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing meliputi kualitas produk, harga, layanan pelanggan, dan nilai keberlanjutan produk.

### 1. Kualitas Produk

Menurut Aaker, “kualitas produk adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas keseluruhan atau keunggulan produk ataupun layanan, sehubungan dengan tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan Kotler dan Amstrong, mendefinisikan kualitas produk sebagai karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dapat dinyatakan atau tersirat.”<sup>51</sup>

### 2. Harga

Harga mampu menjadi pengaruh pada pengembangan usaha. Menurut Sunyoto, harga

---

<sup>50</sup> Tutik Wahyuni and Amanatuz Zuhriyah, ‘Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa’, *Agriscience*, 1.1 (2020), 232–43.

<sup>51</sup> Resti Yulistria and others, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira’, *Swabumi*, 11.1 (2023), 13–22.

memiliki nilai dan kegunaan pada situasi tertentu. Harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen biasanya lebih teliti dalam memperhatikan harga. Standarisasi harga murah memudahkan perusahaan dalam memikat pelanggan atau konsumen.<sup>52</sup>

### 3. Layanan Pelanggan

Menurut Jewahan, pelayanan merupakan salah satu hal yang sangat penting agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan kegiatan pemasaran jasa dalam usaha bisnis *offline ritel* elektronik di Indonesia. Untuk menonjol dari persaingan, sebuah bisnis harus memiliki wawasan tentang pelanggannya selain wawasan layanan atau kualitas sehingga dapat lebih memenuhi harapan mereka.<sup>53</sup>

### 4. Nilai Keberlanjutan Produk

Produk berkelanjutan mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial sepanjang siklus hidup produk. Prinsip-prinsipnya meliputi

---

<sup>52</sup> Dea Alvionita Sari And Dwi Ariani Mayasari, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4.1 (2022), 108–15.

<sup>53</sup> Diky Purba Winata and Adiel Kusuma Anugrah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Ritel Erablue Di Tangerang', *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1.6 (2023), 126–36.

penggunaan material tidak beracun, efisiensi energi dalam proses manufaktur, dan desain yang memungkinkan daur ulang.<sup>54</sup>

## 6. Pengaruh *Thrifting* Terhadap Industri Lokal

*Thrifting* memiliki dampak ekonomi yang signifikan terhadap industri lokal, terutama dalam aspek persaingan harga dan kualitas produk. Keberadaan produk *thrifting* impor dapat memberikan tekanan terhadap industri lokal yang memproduksi barang baru, sehingga memerlukan strategi bisnis yang tepat untuk tetap bertahan.

Beredarnya barang impor ilegal yang terjadi secara terus menerus menyebabkan industri lokal Indonesia akan mengalami penurunan. Daya saing produk domestik dapat dirusak oleh persaingan tidak sehat dengan barang ilegal yang seringkali lebih murah. Hal ini juga dapat mengurangi dorongan untuk inovasi dan pengembangan industri di seluruh negeri. Presiden Joko Widodo juga melarang bisnis *thrifting* dan impor pakaian bekas karena dianggap mengganggu industri tekstil dalam negeri, yang berpotensi mengurangi tingkat ekspor.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Devanny Gumulya, 'Pembelajaran Dari Pengajaran Sustainable Product Design Pada Beberapa Universitas Di United Kingdom, Australia, Denmark, the Netherlands, and the United States', *Jurnal Desain Indonesia*, 05 (2023), 1–17.

<sup>55</sup> M Susilo Agung And Others, 'Dampak Penjualan Barang Thrifting Di Indonesia', *Jurnal Ilmu Hukum Dan Politik*, 2.1 (2024), 278–85.

## 7. Model Bisnis

Menurut Timmers, “Model bisnis adalah arsitektur aliran produk, layanan, dan informasi, termasuk deskripsi berbagai pelaku usaha dan perannya; gambaran potensi manfaat bagi berbagai pelaku usaha; dan penjelasan tentang sumber pendapatan.”

Menurut Richardson, “Model bisnis adalah kerangka kerja konseptual yang membantu menghubungkan strategi perusahaan, atau teori tentang cara bersaing, dengan aktivitasnya, atau pelaksanaan strategi. Kerangka model bisnis dapat membantu untuk berpikir secara strategis tentang detail cara perusahaan menjalankan bisnis. Tiga komponen utama dari kerangka kerja adalah proposisi nilai, penciptaan nilai dan sistem pengiriman, dan nilai yang ditangkap mencerminkan logika pemikiran strategis tentang nilai. Inti dari strategi adalah menciptakan nilai superior bagi pelanggan dan menangkap nilai tersebut dalam jumlah yang lebih besar daripada pesaing.<sup>56</sup>

Bisnis berbasis syariah adalah implementasi atau perwujudan dari aturan syariat Allah. Sebenarnya bentuk bisnis berbasis syariah tidak jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi atau mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Tetapi aspek syariah inilah yang

---

<sup>56</sup> N Afia and others, ‘Memahami Apa Makna Model Bisnis’, *Open Society Foundation*, 2022, 1–6.

menjadi pembeda dengan bisnis pada umumnya yang juga menjalankan syariat dan perintah Allah dalam hal bermuamalah. Bentuk bisnis syariah ditinjau dari segi masanya pertukaran itu terdiri dari uang tunai (*naqdan*) dan tangguh (*bay' al-mu'ajal*). Adapun objek pertukaran itu terdiri dari aset keuangan yaitu uang dan sekuritas. Untuk kedua aset ini dapat dipertukarkan. Islam telah menetapkan aturan yang jelas dalam praktik bisnis agar berjalan adil dan beretika, serta terhindar dari praktik yang merugikan. Dalam QS. Al-Baqarah: 275, Allah berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا  
 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ  
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ  
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga

apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Ayat ini menegaskan bahwa model bisnis dalam Islam harus didasarkan pada transaksi yang halal, seperti jual beli dan kemitraan, serta menghindari praktik riba yang dapat merugikan salah satu pihak. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis berbasis syariah bukan hanya soal mencari keuntungan, tetapi juga memastikan setiap transaksi dilakukan secara adil dan sesuai dengan ketentuan Allah.<sup>57</sup>

#### **8. Bisnis Model Canvas**

Bisnis Model Kanvas atau (*Business Model Canvas*) adalah salah satu alat yang digunakan untuk membantu pelaku usaha melihat lebih jelas dan terkini tentang profil usaha yang sedang atau sudah berjalan. Melalui bisnis model kanvas seolah-olah pelaku usaha melihat gambaran bisnisnya di dalam visualisasi utuh dan lengkap tentang apa saja elemen-elemen kunci yang terkait dengan bisnisnya. Alexander Osterwarder dan Yves Pigneur dalam bukunya *Business Model Generation*, menciptakan sebuah kerangka yang sederhana dan mudah dipahami untuk menggambarkan bisnis yang sedang dijalankan pelaku usaha. Kerangka yang diibaratkan kanvas pelukis

---

<sup>57</sup> Salsabila.

terdiri dari 9 blok yang kemudian dikenal dengan *Business Model Canvas*. Ibarat sebagai pelukis, pelaku usaha diminta untuk menggambarkan model bisnis perusahaannya di atas selembar kanvas atau karton dengan menggunakan alat-alat seperti *post it* yang berisi dengan kalimat singkat/kata kunci, bahkan menggambarkan symbol-simbol untuk mempermudah orang lain memahami model bisnis yang dijalankan.

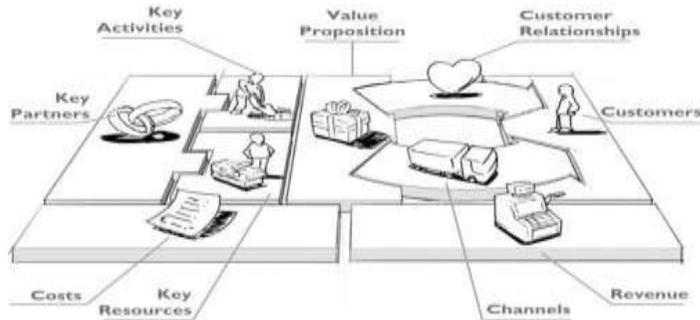
*Business Model Canvas* terdiri dari tiga bagian utama, yakni:

1. Pelanggan (*Customer*), terdiri dari tiga blok yang berkaitan, mulai dari siapa mereka (*Customer Segments*), bagaimana berinteraksi dengan mereka (*Customer Relationship*) dan saluran untuk menyampaikan produk pada pelanggan (*Channels*).
2. Penawaran (*Offering*), dimana hanya ada satu blok keunggulan produk (*Value Propositions*) yang menjelaskan solusi yang ditawarkan pada pelanggan.
3. Infrastruktur (*Infrastructure*), terdiri dari lima blok yang saling berkaitan dengan elemen-elemen kunci yang mendukung operasional perusahaan, yakni (*Key Activities*), (*key resource*), (*key*

*partnership*), (*Revenue Streams*) dan (*Cost Structure*).

## Gambar 2

### Sembilan Blok Pada *Business Model Canvas*



Sumber: *Business Model Generation*.<sup>58</sup>

Sembilan (9) blok dalam model bisnis kanvas tervisualisasikan dalam 1 kanvas, meliputi:

1. Segment Pelanggan (*Customers Segments*)

Ketika akan memulai bisnis model kanvas elemen ini yang pertama harus dimiliki yaitu dengan menetapkan bagian konsumen mana yang akan menjadi target utama dalam bisnis.

2. Nilai Lebih (*Value Proposition*)

Adalah patokan keunggulan pada produk, nilai-nilai yang didapat dari *Value Proposition* menghasilkan manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan bagi konsumennya.

---

<sup>58</sup> D M Avelina, 'Analisis Model Bisnis Pada Perusahaan Jenang Mirah Ponorogo Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)', 2024.

### 3. Saluran (*Channels*)

Dengan penggunaan *Channels* yang baik dan tepat, dapat membantu dalam menyampaikan *Value Propositions* kepada *Customer Segments*. Jalan masuk bagi produsen dalam menjalankan hubungan dengan konsumen sangat terbantu dengan adanya *Channels* baik menjangkau pelanggan dengan cara mendirikan jaringan dibawahnya maupun dengan cara sendiri.

### 4. Hubungan Pelanggan (*Customers Relationship*)

Elemen ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Pengamatan perlu dilakukan secara intensif dan ketat agar konsumen tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

### 5. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Adalah bagian yang paling penting, di mana suatu usaha memperoleh pendapatan dari konsumen. Pada elemen ini harus dilakukan pengelolaan sebaik mungkin agar dapat meningkatkan pendapatan bisnis.

### 6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

Adalah penghalang dalam bisnis model kanvas yang biasa berisi rangkaian sumber daya yang

sebaiknya direncanakan dan dimiliki oleh perusahaan agar dapat mewujudkan nilai proposional. Semua jenis sumber daya, berawal dari penataan sumber daya manusia, pengelolaan bahan baku dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

7. Aktivitas Kunci (*Key Activities*)

Merupakan kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan peningkatan bisnis yang berhubungan dengan produk, di mana kegiatan utamanya adalah untuk mendapatkan nilai yang sesuai.

8. Kemitraan Utama (*Key partnership*)

Elemen ini digunakan untuk pengorganisasian layanan dan aliran pada suatu barang. Posisi-posisi partner kunci yang dimiliki bermanfaat untuk efektivitas dan efisiensi dari *Key Activities* yang telah dibuat.

9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Atau yang biasa disebut pembiayaan bisnis berfungsi untuk mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani bisa

meminimalkan risiko kerugian dan menjadi lebih hemat.<sup>59</sup>

Dalam penelitian ini, BMC akan digunakan sebagai pendekatann untuk menganalisis model bisnis toko *thrifting outdoor* impor dan toko *outdoor* lokal di Bengkulu.

## 9. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah

### 1. Keadilan ('Adl)

Kata al'adl menurut bahasa adalah “tengah” atau “pertengahan”. Kata adil mengandung dua makna yang bertolak belakang, yakni lurus dan sama serta bengkok dan berbeda. Ini mengandung makna bahwa seorang yang adil akan selalu konsisten terhadap sikap dan tindakannya, dia tidak akan memihak pada salah satu pihak, serta orang yang adil akan menggunakan ukuran yang sama dalam menilai sesuatu bukan dengan ukuran (standar) ganda.

Menurut Sayid Quthb, mengaskan bahawa ada tiga faktor utama dalam keadilan dalam Islam antara lain yaitu pertama muthlak dalam kebebasan rohani kedua adanya kesetaran dalam kemanusiaan dan ketiga adalah adanya sikap

---

<sup>59</sup> Krisdayanti Sinaga, Tri Wahyudi, and Febri Prima, 'Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Business Model Canvas Dan Analisis Swot (Studi Kasus: Di Toko Kue X)', *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 5.1 (2021), 37–44.

tanggung jawab dalam sosial. Dimana ketiga faktor keadilan itu menurutnya harus selalu berjalan bersamaan tidak bisa parsial atau berjalan bersama-sama tidak berjalan sendiri-sendiri. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nisa: 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا ۝ بَصِيرًا ٥٨ ○

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. Ayat ini menegaskan bahwa dalam kehidupan sosial maupun ekonomi, prinsip keadilan harus ditegakkan agar tidak terjadi ketimpangan dan penyalahgunaan kekuasaan.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> ARIS MUNANDAR and AHMAD HASAN RIDWAN, ‘Keadilan Sebagai Prinsip Dalam Ekonomi Syariah Serta Aplikasinya Pada Mudharabah’, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 7.1 (2023), 89.

## 2. Kemaslahatan (Maslahah)

Mashlahah secara etimologi berarti sesuatu yang baik, dirasakan lezat, oleh karena menimbulkan kesenangan dan kepuasan serta diterima oleh akal yang sehat. Tujuan Allah Swt dalam menetapkan hukum adalah untuk memberikan kemaslahatan kepada umat manusia dalam kehidupannya di dunia maupun dalam persiapannya menghadapi kehidupan akhirat.

Sedangkan makna terminologinya yaitu: Al-Mashlahah adalah segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, yang dapat diraih oleh manusia dengan cara memperolehnya maupun dengan cara menghindarinya. Seperti halnya menghindari perbudakan yang tentu membahayakan manusia.

Menurut Jalal Al-Din Al-Rahman, menyebutkan defenisi mashlahah yaitu “segala sesuatu yang mengandung manfaat bagi manusia”. Konsep mashlahah ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Anbiya: 107:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ١٠٧

Artinya: “Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam”. Ayat ini menunjukkan bahwa ajaran Islam, termasuk hukum-hukum yang ditetapkan di

dalamnya, bertujuan untuk membawa rahmat dan manfaat bagi seluruh umat manusia. Rahmat ini meliputi keadilan dalam transaksi ekonomi, perlindungan hak-hak individu, serta penghapusan praktik-praktik yang merugikan, seperti eksploitasi dan ketidakadilan dalam bisnis. Dalam konteks ekonomi Islam, prinsip *mashlahah* berperan penting dalam memastikan bahwa setiap transaksi harus memberikan manfaat yang adil bagi semua pihak. Oleh karena itu, praktek bisnis yang diharamkan seperti *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian) dilarang karena dapat merugikan individu dan masyarakat secara luas.<sup>61</sup>

### 3. Transparansi (*Sidq*)

Transparansi menurut Imam al-Ghazali, adalah prinsip moral yang mendorong kejujuran, keadilan, dan keterbukaan dalam interaksi manusia. Dalam pandangannya, transparansi tidak hanya mencakup aspek pengungkapan informasi yang jujur, tetapi juga memperjuangkan nilai-nilai yang lebih dalam terkait dengan hubungan sosial, bisnis, dan moralitas. sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Ahzab: 70:

---

<sup>61</sup> Rahmawati and Husni Thamrin, 'Relevansi Utility Dan *Mashlahah* Dalam Mikro Ekonomi Syariah', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4.2 (2021), 1–9.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

○٧٠

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”. Ayat ini menegaskan pentingnya kejujuran dalam ucapan, yang merupakan bagian dari transparansi dalam Islam. Kejujuran ini menjadi pondasi dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis, interaksi sosial, dan sistem hukum. Pertama-tama, transparansi menuntut kejujuran yang tulus dalam segala hal, baik dalam kata maupun perbuatan.<sup>62</sup>

Dalam penelitian ini, analisis prinsip-prinsip ekonomi syariah peneliti menggunakan pada tiga aspek utama agar penelitian lebih tertuju terhadap 3 point perspektif ekonomi syariah yaitu:

1. Keadilan (‘Adl)

Menekankan pada keseimbangan dalam transaksi dan penetapan harga yang wajar bagi konsumen serta keuntungan yang adil bagi pedagang.

---

<sup>62</sup> Fillah Nur Aini, ‘Analisis Keadilan Dan Transparansi Perspektif Imam Al- Ghazali Terhadap Penaksiran Harga Jasa Servis Handphone Pada Konter El-Bass Kecamatan Kasreman Kabupaten Ngawi’, 2016, 1–23.

## 2. Kemaslahatan (Maslahah)

Memastikan bahwa kegiatan bisnis memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat, termasuk mendukung industri lokal.

## 3. Transparansi (Sidq)

Mengacu pada keterbukaan dalam proses bisnis, informasi produk, serta kejujuran dalam bertransaksi.

Pengurangan cakupan ini bertujuan untuk fokus pada aspek yang paling relevan dengan penelitian, yaitu keadilan dalam persaingan bisnis, manfaat bagi masyarakat, dan keterbukaan informasi dalam transaksi ekonomi.

## B. Kerangka Konseptual

Penelitian ini mengkaji model bisnis toko *thrifting outdoor* impor menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) serta mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, yaitu keadilan ('Adl), kemaslahatan (Maslahah), dan transparansi (Sidq). Analisis Model Bisnis dengan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk memahami model bisnis kelima toko berdasarkan sembilan elemen utama:

1. *Customer Segments*: Profil pelanggan, target pasar toko *thrifting outdoor* impor.
2. *Value Propositions*: Keunggulan produk dalam hal harga, kualitas, dan keberlanjutan.
3. *Channels*: Strategi pemasaran dan distribusi.
4. *Customer Relationships*: Interaksi toko dengan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
5. *Revenue Streams*: Sumber utama pendapatan dan variasi harga.
6. *Key Resources*: Akses terhadap produk, sumber daya utama.
7. *Key Activities*: Strategi bisnis utama untuk meningkatkan penjualan.
8. *Key Partnerships*: Kemitraan dengan pemasok atau pihak lain.
9. *Cost Structure*: Struktur biaya dalam menjalankan bisnis.

Menilai dan mengevaluasi Model Bisnis dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah untuk melihat sejauh mana model bisnis kelima toko tersebut sesuai:

1. Keadilan ('Adl): Memastikan keseimbangan dalam persaingan bisnis, harga yang adil, dan tidak merugikan industri lokal.

2. Kemaslahatan (Maslahah): Menilai manfaat bisnis terhadap masyarakat dan ekonomi lokal.
3. Transparansi (Sidq): Mengevaluasi keterbukaan informasi terkait asal-usul barang, harga, dan kondisi produk.

Pendekatan BMC digunakan untuk menganalisis model bisnis secara struktural, sementara prinsip-prinsip Ekonomi Syariah digunakan untuk menilai dan mengevaluasi apakah bisnis tersebut berjalan sesuai.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi untuk menciptakan model bisnis yang lebih adil, transparan, dan bermanfaat bagi masyarakat serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar Indonesia.

