

**ANALISIS PENURUNAN PENJUALAN PADA TOKO PEDAGANG MUSLIM
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH DI KABUPATEN SABU
RAIJUA NUSA TENGGARA TIMUR**

Ahmad Zaki Yamani Alboneh¹, Andi Darmawangsa², Akhmad Bazith³
Universitas Muslim Indonesia

Correspondence		
Email: ¹ ahmadzakialboneh@gmail.com	No. Telp:	
² andi.darmawangsa@umi.ac.id		
³ akhmad.bazith@umi.ac.id		
Submitted: 11 Februari 2026	Accepted: 14 Februari 2026	Published: 15 Februari 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan penurunan penjualan pada toko pedagang Muslim serta strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kembali penjualan sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah di Kabupaten Sabu Raijua, Nusa Tenggara Timur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik toko, pihak Dinas Koperasi dan UMKM, serta tokoh agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan penjualan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan modal usaha, manajemen usaha yang masih sederhana, tampilan toko yang tradisional, serta kurangnya variasi barang. Sementara itu, faktor eksternal meliputi meningkatnya persaingan dengan toko modern, daya beli masyarakat yang tidak stabil, perubahan pola belanja masyarakat ke platform digital dan luar daerah, serta faktor lokasi usaha. Adapun strategi yang dilakukan pedagang Muslim untuk meningkatkan penjualan adalah dengan menerapkan prinsip kejujuran, keadilan, dan amanah dalam berdagang, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, serta menjalin kerja sama dengan pemasok dan sesama pedagang.

Kata Kunci: penurunan penjualan, pedagang Muslim, hukum ekonomi syariah, strategi usaha.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors causing the decline in sales among Muslim traders' stores and the strategies used to increase sales in accordance with the principles of Islamic Economic Law in Sabu Raijua Regency, East Nusa Tenggara. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving store owners, representatives from the Department of Cooperatives and SMEs, and religious leaders. The results show that the decline in sales is influenced by internal and external factors. Internal factors include limited business capital, simple business management, traditional store appearance, and limited product variety. Meanwhile, external factors include increasing competition from modern stores, unstable community purchasing power, changes in consumer shopping patterns toward digital platforms and purchases outside the region, as well as business location factors. The strategies implemented by Muslim traders to improve sales include applying the principles of honesty, justice, and trustworthiness in trade, improving customer service, and establishing cooperation with suppliers and fellow traders.

Keywords: Sales decline, Muslim traders, Islamic economic law, Business strategies

1. Pendahuluan

Ekonomi merupakan kebutuhan mendasar manusia yang harus terpenuhi agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia melakukan berbagai macam usaha, baik melalui sektor formal maupun informal. Sektor informal mencakup usaha perdagangan kecil yang sering menjadi penopang utama ekonomi keluarga dan masyarakat lokal, termasuk di kalangan umat Islam. Dalam praktiknya, perdagangan bukan hanya aktivitas ekonomi, tetapi juga bagian dari ibadah, sebagaimana dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW yang dikenal sebagai pedagang sukses dan amanah. Dalam Islam, perdagangan idealnya dilandaskan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan harga, pelayanan yang baik, dan tanggung jawab sosial kepada konsumen. Kabupaten Sabu Raijua Nusa Tenggara Timur, merupakan tempat dilakukannya penelitian ini, Wilayah ini didominasi oleh sektor pertanian lahan kering,

peternakan, dan perdagangan kecil. Di tengah masyarakat yang mayoritas beragama Kristen, komunitas Muslim di Sabu Raijua cukup aktif dalam sektor perdagangan, khususnya dengan membuka toko-toko kelontong atau warung kecil yang menjadi bagian penting dari perekonomian lokal. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, fenomena penurunan penjualan dikalangan pedagang Muslim semakin terlihat jelas.

Berdasarkan hasil observasi peneliti secara langsung di lapangan, ditemukan bahwa penurunan penjualan ini berkaitan erat dengan tradisionalnya gaya berdagang yang diterapkan oleh sebagian besar pedagang Muslim. Beberapa persoalan yang muncul antara lain desain dan tampilan toko yang sederhana dan kurang menarik, penataan barang yang tidak terorganisir, sistem transaksi yang masih manual, serta belum adanya integrasi teknologi seperti pembayaran digital (QRIS atau e-wallet). Bahkan banyak toko yang belum mencantumkan harga secara transparan, sehingga konsumen khususnya generasi muda lebih memilih untuk berbelanja di toko-toko modern yang menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan kejelasan harga.

Kotler dan Keller dalam teorinya, perilaku konsumen modern sangat dipengaruhi oleh faktor kenyamanan, kecepatan pelayanan, serta kemudahan transaksi. Generasi muda, sebagai segmen pasar yang tumbuh pesat, lebih tertarik berbelanja ditempat yang modern, efisien, dan nyaman seperti toko dengan konsep kekinian, toko online, atau warung pesaing yang lebih tertata rapi. Hal ini menjadi tantangan bagi pedagang Muslim, yang jika tidak segera beradaptasi, berisiko kehilangan pelanggan dan mengalami kemunduran usaha.

Sejalan dengan perspektif ekonomi heterogen, aktivitas ekonomi dipahami sebagai proses yang tidak seragam, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, dan nilai-nilai lokal, termasuk agama. Teori ini menolak pandangan ekonomi neoklasik yang mengasumsikan pelaku ekonomi bersifat rasional dan homogen, serta mengakui bahwa perilaku ekonomi bisa berbeda-beda tergantung pada latarbelakang komunitasnya. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan heterogen sangat relevan karena peneliti menganalisis penurunan penjualan pada toko-toko pedagang Muslim di Kabupaten Sabu Raijua dengan mempertimbangkan tidak hanya faktor-faktor konvensional seperti manajemen usaha dan persaingan pasar, tetapi juga nilai-nilai ekonomi syariah seperti kejujuran, keterbukaan, pelayanan yang adil, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menempatkan hukum ekonomi syariah sebagai lensa untuk memahami dinamika ekonomi lokal yang khas, sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh efisiensi ekonomi semata, tetapi juga oleh sejauh mana pelaku usaha mampu menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten di tengah tantangan modernisasi dan perubahan perilaku konsumen.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Analisis Penurunan Penjualan Toko Pedagang Muslim dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kabupaten Sabu Raijua Nusa Tenggara Timur”. Dengan melihat fakta tersebut, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih lanjut apa saja faktor yang menyebabkan penurunan penjualan tersebut, dan bagaimana strategi yang dapat diterapkan oleh para pedagang Muslim untuk meningkatkan kembali usahanya tanpa meninggalkan prinsip-prinsip dalam hukum ekonomi syariah.

A. Hubungan Dengan Penelitian Sebelumnya

1. Reni Anggraini (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk terhadap Volume Penjualan Pedagang UMKM di Pasar Tradisional Kota Jambi” Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Hasil Penelitian yaitu, strategi pemasaran yang kurang inovatif dan keterbatasan dalam adaptasi teknologi menjadi faktor utama penurunan penjualan pada pedagang UMKM. Peningkatan volume penjualan dapat dilakukan melalui pemanfaatan media digital dan pendekatan yang sesuai dengan perilaku konsumen modern. Persamaannya yaitu sama-sama membahas penurunan penjualan pada pelaku usaha kecil dan

menengah. Sedangkan perbedaannya, penelitian Reni lebih fokus pada strategi pemasaran dan tidak meninjau dari perspektif hukum ekonomi syariah.

2. Siti Nurhaliza (2020), judul penelitian “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Pedagang Pasar di Kota Bandung” Universitas Pendidikan Indonesia.

Hasil penelitian yaitu ditemukan bahwa pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam seperti kejujuran, keterbukaan harga, dan pelayanan yang ramah, cenderung memiliki pelanggan yang loyal. Ketidakterbukaan dan sikap tidak jujur berpengaruh pada menurunnya kepercayaan konsumen. Persamaannya sama-sama menggunakan pendekatan etika bisnis Islam dan prinsip syariah dalam menganalisis perilaku pedagang. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini fokus pada peningkatan loyalitas, bukan penurunan penjualan, juga tidak secara spesifik meneliti pedagang Muslim di daerah minoritas.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara dan dokumentasi).

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi, wawancara mendalam, serta analisis teori Hukum Ekonomi Syariah, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Faktor-faktor penyebab penurunan penjualan pada toko pedagang Muslim di Kabupaten Sabu Raijua

Faktor penurunan penjualan pada toko pedagang Muslim di Kabupaten Sabu Raijua dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan modal, manajemen usaha yang masih sederhana, kurangnya inovasi, serta terbatasnya pemahaman tentang pengelolaan ritel dan literasi ekonomi syariah sehingga mengurangi daya saing pedagang. Sementara itu, faktor eksternal meliputi meningkatnya persaingan dengan toko yang lebih modern, ketidakstabilan daya beli masyarakat, perubahan pola belanja ke sistem online atau ke luar daerah seperti Kupang, serta faktor lokasi usaha dan perubahan arus jalan yang mengurangi akses pembeli ke toko.

2. Strategi pedagang Muslim untuk meningkatkan kembali penjualan sesuai prinsip Hukum Ekonomi Syariah

Strategi yang dilakukan pedagang Muslim di Kabupaten Sabu Raijua meliputi sebagai berikut:

Strategi yang dilakukan pedagang Muslim di Kabupaten Sabu Raijua untuk meningkatkan penjualan dilakukan dengan menerapkan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah, seperti menjunjung kejujuran (shidq), keadilan (‘adl) dalam penetapan harga, dan sikap amanah dalam pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, pedagang menjaga kerja sama (ta’awun) dengan pemasok dan sesama pedagang untuk menjaga ketersediaan barang, meningkatkan kualitas pelayanan melalui sikap ramah dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, serta menyesuaikan harga agar tetap terjangkau. Pedagang juga berupaya melakukan perbaikan fasilitas usaha secara bertahap meskipun terkendala modal, memperkuat aspek spiritual seperti kesabaran dan tawakal, serta tetap mempertahankan identitas usaha yang berlandaskan etika syariah.

Saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penerbitan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Rahayu. "Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur," n.d., (2022).
- Rahmawati, N., & Fitria, H. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Usaha Mikro." *Jurnal Ekonomi Syariah* 13, no. 2 (2021).
- Ramadhan, M. Fadhil. *Tantangan Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Modernisasi Pasar Di Kabupaten Gowa*. Kabupaten Gowa: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, (2022).
- Sapto Haryoko et al. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisi)*. Cet 1. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, (2020).
- Siti Nurhaliza. *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Pedagang Pasar Di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, (2020).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, (2022).
- Suryani, T. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi, (2020).
- Sutrisno, H. "Transparansi Harga Sebagai Strategi Meningkatkan Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam* 10, no. 2 (2022).
- Tambunan, T. T. H. *Prinsip-Prinsip Dasar Etika Bisnis Modern*. Jakarta: Salemba Empat., (20190).
- Velasquez, M. G. *Business Ethics: Concepts and Cases*. 8th ed. Pearson Education., (2020).
- Wulandari, D., & Setiawan, R. "Pengaruh Sistem Pembayaran Digital Terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial." *Jurnal Teknologi Dan Bisnis Digital* 5, no. 1 (2020).
- Yuliana, R., & Ramadhan, M. "Pengaruh Perubahan Sosial Budaya Terhadap Strategi Penjualan UMKM." *Jurnal Bisnis Dan Sosial* 4, no. 3 (2022).
- Yusuf, S., & Halim, M. "Peran Etika Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan UMKM Berbasis Syariah." *Jurnal Bisnis Islam* 7, no. 1 (2022).
- Zainuddin, A. "Strategi Dakwah Ekonomi Syariah Dalam Dunia Bisnis Modern." *Jurnal Muamalah Kontemporer* 7, no. 1 (2022).