

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

Untuk mengetahui manajemen usaha yang diterapkan pada Bisnis Usaha Pada Toko De Casual di Banjarmasin dalam mempertahankan eksistensinya, peneliti melakukan wawancara dengan pengelola usaha. Wawancara yang pertama dilakukan pada pemiliknya itu tanggal 12 Juli tahun 2022.

Ia memulai usahanya pada tahun 2017, yang dulunya ia hanyalah seorang freshgraduate atau mahasiswa yang baru lulus dan bingung ingin melakukan apa dan pada akhirnya terinspirasi untuk melakukan usaha Thrifting karena berkembangnya zaman dan para anak muda juga ingin mengikuti tren sekarang, tapi berusaha untuk tidak mengeluarkan uang yang banyak dan masih terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah.

Dalam mengelola usahanya ia mengatur sendiri dari proses penyeleksian apa yang sedang tren saat ini sampai dengan menjualnya dan mempromosikannya. Ia juga melakukan perencanaan dalam mengelola usahanya, adapun perencanaan yang dilakukan adalah dengan mendahulukan Branding usaha agar kaula muda dapat tertarik dengan produk yang dia sajikan setelah itu mulai melihat perkembangan zaman dan mengikuti trend saat ini sampai melihat peta persaingan antar pelaku sesama bisnis, menyeleksi pakaian yang trend akan tetapi masih terjangkau dan tergolong murah agar menjadi daya tarik tersendiri untuk para pembeli, sampai mempromosikan dan memperjual belikan di media sosial.

Selain melakukan perencanaan, ia juga melakukan pengorganisasian dalam hal pembelian barang. Ia melihat dengan seksama sampai mana barang trend yang saat itu bertahan apabila barang jenis tersebut sudah mulai tidak laku, maka yang dilakukannya adalah menurunkan harga standar dan mencoba untuk kembali memahami perkembangan-perkembangan khususnya bidang pakaian agar De Casual tetap bertahan dan tidak terjadi kerugian dan dalam hal ini pemilik De Casual sudah memiliki 1 orang karyawan yang hanya sebagai penjaga toko dan penginput barang dan uang yang masuk dan keluar karena kebanyakan dalam pengorganisasian De Casual itu lebihnya banyak oleh ownernya sendiri mulai dari marketing atau sistem penjualannya, menyusun analisis SWOT, mengurus distribusi, hingga permainan harga produk.

Pengelolaan yang dilakukan pemilik De Casual dalam mengelola usahanya adalah dengan memberikan kepercayaan kepada karyawan dalam hal penjagaan toko serta uang masuk dan keluar, dan mengingatkan agar jangan pernah menyalahgunakan kepercayaan tersebut. Dalam hal ini pemilik De Casual sangat percaya dengan karyawannya karena karyawan De Casual masih tergolong orang terdekat pemilik dan untuk penjualan media sosial sendirilah yang mengelolanya, serta distribusi dan pembayaran langsung kepada pemilik agar tidak tercampur antara penjualan yang ada di toko dan penjualan melewati media sosial.

Dalam mengelola usahanya, pemilik De Casual mengatakan bahwa permainan harga sangat penting dalam kemajuan dan toko tersebut. Perihal produk-produk yang kurang diminati maka pemilik De Casual memainkan harga seperti diskon 30% atau beli 2 gratis 1, agar barang tidak tertahan akan tetapi harga tidak

jatuh walaupun keuntungannya menjadi sedikit, akan tetapi kalau produk sedang trend, maka pemilik De Casual berusaha untuk mengangkat harga akan tetapi masih terjangkau supaya De Casual dapat bertahan dalam persaingan dan tetap diminati pemuda dan masyarakat.

Selama menekuni usaha De Casual, penjualan yang dialami De Casual tidak menentu, akan tetapi dalam setiap harinya pasti ada saja penjualan yang terjual. Keuntungan yang ia peroleh dari setiap produk yang ia jual sekitar Rp.10.000-Rp.75.000. Pendapatan yang ia peroleh dalam satu bulan tidak menentu sekitar Rp.3.000.000-Rp4.000.000, akan tetapi pernah juga sampai Rp.8.000.000 perbulan, sudah terhitung pendapatan bersih.

Pendapatan yang ia peroleh dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarganya serta menggajih karyawan. Selain itu ia juga menjelaskan dari hasil yang ia peroleh cukup untuk melengkapi fasilitas-fasilitas dalam rumah serta dapurnya dan cukup untuk kehidupan sehari-hari.

Manajemen bisnis De Casual seperti mengelola keuangan yang masuk dan keluar, permainan harga untuk barang yang kurang laku dan barang yang lagi trend serta permainan harga untuk target pasar atau orang yang mau menjual lagi, itu adalah salah satu cara untuk mempertahankan toko De Casual di tengah persaingan penjualan baju seperti De casual. Akan tetapi di tengah persaingan yang begitu ketat dalam hal penjualan pakaian, De Casual tetap bertahan karena De Casual dengan sendirinya membangun kekuatan tersendiri dan produk yang dapat bersaing di pasar akan tetapi memiliki harga yang terjangkau serta De Casual juga memiliki peminat khusus apalagi kaula muda sekarang sangat gencar dalam hal apapun yang masih

berhubungan dengan fashion.

Setelah melakukan penyusunan penulis masih merasa kurang dalam hal data dan melakukan wawancara lagi kepada pemilik De Cassual pada tanggal 18 Juli 2022 saat itu peneliti menanyakan setelah kurang lebih 5 tahun berjalan usaha De Cassual apa saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan dalam pengelolaan manajemen bisnis De Cassual, pemilik De Cassual mengatakan bahwa yang perlu diperbaiki adalah branding media sosial yang ia rasa masih kurang menarik dan kurang menyesuaikan apa yang trending saat ini dalam media sosial. Banyak perkembangan-perkembangan dalam hal ketajaman gambar ataupun tata cara pengambilan gambar, apalagi setelah perkembangan zaman sekarang banyak bermunculan cara-cara yang kreatif untuk mempromosikan jualannya tidak hanya dengan gambar atau photo akan tetapi sekarang bermunculan video-video yang menarik, oleh karena itulah pemilik De Cassual merasa harus selalu memperbaiki tata cara promosi di media sosial karena apabila tidak mengikuti zaman atau tidak mengikuti trend saat ini maka toko De Cassual tidak akan bertahan dalam persaingan-persaingan yang semakin ketat dalam hal penjualan.

Untuk menutupi kekurangan tersebut, pemilik De Cassual mempertahankan apa yang perlu dipertahankan yaitu kualitas produk walaupun ketika dalam hal promosi masih kalah dengan orang lain akan tetapi pemilik merasa bangga dengan kualitas produknya karena dia merasa masih bisa bersaing dalam hal kualitas produk. Dia yakin produknya dapat diunggulkan karena saat pencarian barang dan bahan dia merasa mempunyai kelebihan tersebut, dan para pembeli tetapnya mengatakan bahwa ketika melihat gambar itu masih biasa saja tapi ketika sudah

melihat langsung aslinya seperti apa, maka jauh melebihi gambar tersebut. Dia juga mengedepankan pelayanan yang ramah agar para pembeli ketika mampir ke tokonya sangat merasa dihargai membeli ataupun tidak itu tidak jadi masalah yang ia yakini bahwa ketika kita memperlakukan orang dengan baik maka nantinya orang lain akan memperlakukan sebagaimana perlakuan kita. dan juga tidak lupa untuk masalah harga, itulah yang sangat dibanggakan dalam toko De Casual ini karena harga yang terjangkau untuk semua kalangan.

Dengan bermunculan lagi toko-toko pakaian bekas itu sangat berpengaruh terhadap eksistensi toko De Casual karena mereka juga menghadirkan konsep yang kurang lebih sama akan tetapi ada sedikit perbedaan seperti harga jual dan produk tentunya, walaupun ada perbedaan tersebut, pemilik De Casual masih merasa was-was karena permainan pasar itu pasti dan persaingan pasar itu sangat keras dan selalu berkembang, apalagi dengan berkembangnya zaman makan persaingan di media sosial pun semakin berkembang dan tentu sangat berpengaruh terhadap eksistensi toko De Casual. dan fokus masa atau pembeli pasti akan terbagi dengan banyaknya sekarang toko-toko baru, apalagi jikalau mereka dapat mengemas dengan baik apa itu branding produk.

Dalam mempertahankan usaha thirifting pada toko De Casual bermacam-macam cara si pemilik lakukan dari pembenahan dalam keorganisasian, renovasi dan dekorasi toko agar menjadi lebih menarik dan yang paling penting adalah mempelajari lagi masalah branding di sosmed yang ternyata itu adalah ujung tombak penjualan terutama untuk persaingan yang akan datang.

Sosial media sekarang sangat berperan untuk kemajuan toko seseorang

karena sosial media sudah menjadi teman dalam hidup, transaksi-transaksi apapun itu sekarang semua orang menggunakan sosial media, selain untuk mempermudah pekerjaan sosial media juga bisa memperbanyak relasi-relasi dalam berbisnis dan menarik pelanggan-pelanggan yang jauh.

Pak Fani selaku owner De Cassual sekarang berusaha untuk menambah karyawan yang lebih mengerti tentang sosial media, agar nantinya dalam pembagian keorganisasian dalam toko menjadi lebih jelas. Ada yang menjaga toko dan mengurus uang keluar dan masuk ada juga karyawan yang khusus menangani dalam dunia sosial sekaligus beliau sebagai pemilik belajar tentang branding dalam dunia media sosial.

Kendala lain yang dialami dalam mempertahankan De Cassual adalah terkadang menangani pelanggan yang membandingkan harga dengan toko satu dan dengan toko lainnya untuk memaham pelanggan seperti itu lumayan sulit untuk memahamkannya karena mereka sudah sering mereka tergiur harga yang murah tetapi tidak berkualitas padahal usaha De Cassual sudah berusaha untuk menyesuaikan harga dengan pasar akan tetapi produk masih sangat berkualitas akan tetapi banyak toko-toko yang berusaha untuk menurunkan harga serta menurunkan kualitasnya al hasil para pelanggan tertarik karena merasa sama-sama Thrifting akan tetapi beda harga, padahal mereka tidak tahu tentang kualitas yang akan dibelinya, dan itulah salah satu yang sangat menjadi kendala bagi toko De Cassual.

Untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan pasar, De Cassual sangat memperhatikan kualitas produk apalagi tentang pembaharuan-pembaharuan produk, pemilik De Cassual merasa bertanggung jawab lebih apabila produk-

produk yang akan dijual mulai ketinggalan zaman, pemilik De Cassual akan kembali melihat apa saja yang trend saat ini dan mulai mencari ide agar bahan dan produk yang akan dibuat nantinya sesuai dengan keinginan para pelanggan terlebih dari motif style, motif sablon dan lainnya. Pemilik De Cassual juga selalu mengobservasi para pelanggan dan toko lainnya dalam hal produk, dia juga selalu memperhatikan pada media sosial perkembangan-perkembangan style masa kini agar nantinya dapat mengembangkan ide-ide yang akan dimasukkan dalam konsep pembuatan barang dan bahan De Cassual.

Peneliti juga menanyakan tentang bagaimana cara pemilik toko De Cassual membuat para pelanggan tetap bertahan dan menyukai produk De Cassual, pemilik De Cassual mengatakan bahwa pertama yang dia lakukan adalah mempertahankan kualitas produk. Apabila kualitas produk tidak menurun dan selalu dipandang baik dengan harga yang terjangkau pastinya pelanggan tidak akan pernah berpaling kepada toko yang lain, apalagi ditambah dengan pelayanan yang baik dan ramah kepada customer juga akan menunjang untuk pembeli kembali lagi dan bertahan pada produk sendiri karena customer merasa sangat dihargai, oleh karena itulah pemilik toko menekankan kepada karyawannya agar selalu menghargai pelanggan ketika membeli di tempat atau hanya sekedar melihat-lihat barang. Hal yang tidak pernah pemilik toko lupakan adalah untuk selalu memberikan penyesuaian harga yang sesuai dengan harga pasar asalkan ia tidak merasa rugi apabila bahan tersebut bisa dijual dengan harga diskon maka akan ia jual agar pembeli merasa sangat puas dengan barang yang mereka dapatkan bagus dan kualitasnya sangat baik itulah yang pemilik toko lakukan untuk mempertahankan eksistensi De Cassual pada

persaingan pasar yang sangat keras.

Pada media sosial pemilik De Casual mengatakan hanya memakai dua platform yaitu shopee dan tokopedia untuk memudahkan para pelanggan yang hanya ingin dirumah.

Dan kami siap untuk mengantarkan barang tersebut kalo memang itu masih bisa kami jangkau dengan transportasi darat atau masih sekitaran wilayah Banjarmasin, dan yang pastinya untuk memudahkan para pelanggan dari luar kota dan bertransaksi lewat online, apabila para pelanggan tidak ingin melalui shopee dan tokopedia kami juga bisa melayani lewat sosial media seperti DM Instagram ataupun whatsapps pribadi dalam menyusun pengiriman.

Untuk masalah pengiriman, pemilik De Casual mengatakan bahwa hal tersebut tergantung pada jarak pembeli dan jumlah pembelian. Jika pembeli berada di dekat toko dan pengiriman tidak memakan waktu yang banyak, maka pengiriman akan disediakan gratis sebagai bentuk terima kasih atas pembelian dan sebagai daya tarik agar pembeli tersebut mau membeli lagi di toko tersebut. Jika pengiriman dilakukan melalui online, De Casual juga dapat mengatur packing dan cara pengiriman sesuai dengan keinginan pembeli. Selain itu, jika pembeliannya cukup besar, biaya pengiriman akan digratiskan sesuai dengan jumlah pembelian untuk mendorong pembeli tersebut untuk membeli lagi di De Casual.

Keunggulan dalam produk De Casual yang diunggulkan ada dua hal, yang pertama tentang kualitas sablonnya, karena kualitas sablon di sini memakai pewarna yang sangat unggul dan dapat dibuktikan. Dan juga sablon di toko tersebut bisa memakai konsep penggabungan bermacam-macam warna sampai dengan

konsep abstrak dan juga dalam penyablonan di De Cassual apabila pembeli ingin memakai konsepnya sendiri maka bisa mereka kondisikan dengan konsep apapun.

Proses penyablonan di De Cassual juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan tidak puas dengan hasil penyablonan dan kesalahan tersebut merupakan tanggung jawab De Cassual, mereka siap untuk melakukan penyablonan ulang tanpa biaya tambahan untuk pelanggan. Mereka sangat menghargai profesionalisme dalam bisnis dan kualitas yang tinggi.

Hal yang kedua, keunggulan produk De Cassual yaitu terjangkau harga dengan kualitas yang bagus, karena jika dibandingkan bahan dan produk yang ada di De Cassual itu sudah seperti bahan produk market kelas atas akan tetapi untuk harga sangat berbanding terbalik bahkan bisa mencapai lima puluh sampai dengan delapan puluh persen perbedaan harga dengan market kelas atas akan tetapi mempunyai kualitas yang dapat mereka buktikan. Dengan kain yang dingin dan kualitas sablon yang terserah sampai-sampai kalau ingin para pelanggan bisa meminta untuk memunculkan sablonnya dengan harga yang mereka tawarkan dan pastinya harga tersebut masih terjangkau di kalangan pemuda zaman sekarang.

Penulis juga bertanya kepada pemilik De Cassual tentang bagaimana cara mereka menangani produk yang rusak atau cacat. Pemilik De Cassual menyatakan bahwa mereka tidak akan menjual produk yang rusak atau cacat karena mereka sangat menghargai kualitas produk dan tidak ingin toko De Cassual dianggap tidak berkualitas oleh pelanggan. Mereka menyadari bahwa jika toko De Cassual dianggap buruk oleh pelanggan akibat produk yang dibeli ada keruakan atau

kecacatan, maka reputasi toko tersebut akan selamanya tercemar dan perkataan buruk tersebut akan tersebar luas melalui mulut ke mulut, sehingga semua orang akan menganggap toko De Cassual buruk hanya karena satu atau dua produk yang cacat.

Oleh karena itulah ketika ada barang cacat ataupun rusak tidak akan saya jual dan juga apabila barang yang dikirim itu nantinya rusak ketika sampai ke tangan pembeli maka toko De Cassual siap untuk mengganti rugi segala kerugian pembeli.

Pada kesempatan berikutnya penulis juga mewawancarai Faisal Amin selaku karyawan toko De Cassual tentang bagaimana kepemimpinan dan manajemen organisasi yang dilakukan oleh pemilik De Cassual. Karyawan tersebut mengatakan bahwa kepemimpinan bapak Fani sangat teliti dalam hal barang dan pasar dan juga dengan karyawan sangatlah tegas akan tetapi tidak menekan kepada karyawan mengakibatkan karyawan tersebut menjadi hormat kepada beliau dan juga pemilik De Cassual sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya, misalkan ketika makan siang ataupun malam selalu disediakan di toko tersebut dan bapak Fani makan bersama-sama karyawannya, itulah yang para karyawan sangat sukai dalam hal kepemimpinan bapak Fani selaku pemilik De Cassual.

Sebagai karyawan toko De Cassual, Faisal juga melihat langsung bagaimana perjuangan Bapak Fani untuk mempertahankan toko De Cassual di tengah persaingan pasar yang begitu ketat dan banyaknya barang-barang baru dan harganya mendekati toko De Cassual itulah yang menurutnya menjadi salah satu kendala dalam pengembangan toko De Cassual. Oleh karena itulah ia sebagai

karyawan toko tersebut juga ikut berjuang untuk bersaing dalam persaingan pasar seperti memberikan masukan dengan cara pengembangan pemasaran lewat media online dan lain sebagainya.

Karyawan toko De Casual menjamin produk-produk De Casual mempunyai kualitas yang sama dengan yang baru karena ia juga pernah ikut langsung dalam pencairan produk-produk yang akan diperjualbelikan di toko De casual, pemilik De Casual mencari secara selektif apa barang yang akan diperjualbelikan, barang apa yang menurut pemilik masih tren dan barang apa yang sudah mulai ketinggalan zaman. Untuk masalah harga, karyawan juga menjamin toko De Casual dapat bersaing dengan pesaing-pesaing lainnya karena pemilik De Casual tidak banyak mengambil untung yang penting bisa kembali memutar modal agar dapat bertahan dalam persaingan pasar pakaian yang sangat besar ini.

Hal yang perlu diperbaiki dalam pengelolaan De Casual menurut Faisal AMin adalah cara pemasarannya. Menurutnya, selama ini De Casual terkesan menunggu para pembeli dan kebanyakan sistem pemasarannya itu memakai cara mulut ke mulut, jadi untuk para pembeli hanya seputaran teman pemilik ataupun temannya dan orang-orang yang mendengar toko De casual dari orang lain maupun melihat toko dari samping jalan. Tapi untuk pemasaran lewat media *online* masih minim, masih belum ada kemajuan sedangkan media sosial selalu berkembang dalam hal komunikasi ataupun perdagangan karena media sosial sangatlah luas untuk sekarang.

Sistem penjualan lewat media sosial haruslah lebih dipelajari dan

dikembangkan agar toko De Cassual semakin berkembang dan semakin maju, dan yang perlu dipertahankan dalam pengelolaan De Casual adalah kejujuran antara pemilik dan karyawan dan tenggang rasa antar pemilik dan karyawan, ketika pemilik tidak perhitungan dengan karyawan dan malah selalu dermawan maka karyawan pun akan selalu jujur dengan pemilik karena karyawan tersebut merasa sudah diperlakukan dengan baik oleh sang pemilik De Casual maka dia akan membalas kebaikan tersebut dengan kejujuran dalam hal penjualan.

Selain masalah yang telah disebutkan sebelumnya, Faisal juga menyebutkan bahwa kendala utama yang saat ini harus dihadapi oleh De Cassual adalah persaingan yang tinggi dalam bidang penjualan pakaian, baik itu Thrifting maupun pakaian baru. Menurutnya, selaku karyawan toko De Cassual, ini merupakan kendala terbesar dalam bisnis penjualan pakaian.

**Tabel 4.1 Jenis Pakaian Yang dijual di Toko De Cassual**

| No | Jenis Tapis    | Upah                      |
|----|----------------|---------------------------|
| 1  | Kemeja         | Rp. 120.000               |
| 2  | Kemeja Flannel | Rp. 150.000               |
| 3  | Jaket          | Rp. 200.000 - Rp. 400.000 |
| 4  | Celana chino   | Rp. 100.000 - Rp. 130.000 |
| 5  | Celana jeans   | Rp. 150.000 - Rp. 200.000 |
| 6  | Baju polo      | Rp. 70.000                |
| 7  | Hoodie         | Rp. 150.000 - Rp. 200.000 |
| 8  | Jaket bomber   | Rp. 150.000               |
| 9  | Kaos           | Rp. 70.000 - Rp. 150.000  |

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2022

## 1. Kendala toko De Cassual dalam mempertahankan eksistensi usaha *Thrifting*

### a. Kendala Internal

#### 1) Perencanaan strategi yang kurang tepat

Pemilik De Cassual mengakui dalam perencanaan strategi saya sangatlah kurang saya hanya mengandalkan pengetahuan dalam pencari data di media sosial. Awal mula beliau ingin berwirausaha hanya bermodalkan keyakinan dan keberanian alhasil memang harus banyak yang diperbaiki dalam hal perencanaan starategi awal, contohnya kemana target pemasaran, apa yang harus dipelajari dalam hal bermedia sosial, bagaimana cara pengorganisasian yang baik dalam hal pembelian bahan.

Berdasarkan tuturan pemilik De Cassual, apabila strategi penjualan tidak direncanakan dengan matang, maka akhirnya perputaran modal akan tidak berjalan dengan lancar. Oleh karena itulah, selaku pemilik De Cassual, Pak Fani berusaha untuk memulai dari awal kembali tentang strategi perencanaan yang kurang tepat dan mempertahankan strategi yang sudah berjalan dengan baik.

#### 2) Target pasar yang terlalu lebar dan Target pasar yang salah

Untuk masalah target pasar yang terlalu lebar, Pak Fani sepakat dengan hal tersebut. Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha. Namun, tidak semua strategi pemasaran yang dilakukan akan berhasil dan memberikan hasil yang diinginkan. Dulu, saat pertama kali beliau memulai usaha De Cassual, beliau pernah

mencoba berbagai cara untuk mempromosikan produk yang beliau jual, termasuk dengan berjalan ke tempat-tempat seperti sekolah, masjid setelah orang-orang selesai sholat, atau pasar tempat banyak orang menjual pakaian. Namun, setelah melakukan evaluasi, beliau menyadari bahwa sasaran yang dipilih ternyata kurang tepat karena pakaian anak muda yang beliau jual kemungkinan besar tidak akan mendapat respon yang berlebih dari sasaran tersebut, sekaligus merupakan target yang salah. Oleh karena itu, penting bagi seorang pengusaha untuk terus melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran yang dilakukan, agar dapat menemukan sasaran yang tepat sesuai dengan produk yang dijual, sekaligus meningkatkan peluang keberhasilan usaha.

Biasanya, para wirausahawan pemula seperti Pak Fani kesulitan dalam menjual atau mempromosikan produknya ke konsumen yang tepat. Masalah ini terjadi karena produk tersebut tidak diminati oleh para konsumen. Sebagai contoh, Pak Fani pernah mempromosikan jualannya di daerah dengan tingkat kemakmuran yang rendah, sehingga sudah jelas bahwa produk De Casual akan kurang diminati di daerah tersebut.

### 3) Masalah pemasaran dan pengetahuan tentang harga

Pemasaran adalah salah satu ujung tombak dalam hal berwirausaha, apabila tidak mengetahui banyak tentang tata cara pemasaran maka wirausaha akan tidak terorganisir dengan baik, apalagi sekarang sosial media sangat mempengaruhi dalam hal pemasaran, karena masyarakat sekarang sudah terlalu bergantung dengan yang

namanya media sosial, oleh karena itulah apabila seorang wirausahawan tidak memahami tata cara pemasaran lewat media sosial maka dipastikan akan tertinggal jauh oleh pesaing-pesaing wirausaha di bidang yang sama.

Bisnis di era digital seperti saat ini memang tidak bisa dipungkiri memiliki kelebihan tersendiri bagi wirausaha. Salah satunya adalah kemudahan dalam melakukan promosi melalui media sosial. Namun, ternyata tidak semua orang mampu mengelola bisnisnya dengan efektif di media sosial. Pak Fani sendiri merasa sudah mulai ketinggalan oleh pesaing-pesaing beliau dalam hal penjualan karena ketidaktahuan beliau dengan manajemen yang efektif dalam bermedia sosial. Beliau tidak tahu kapan waktunya yang tepat untuk memposting jualan, bersnapgram atau snapchat, serta bagaimana cara membuat daya tarik yang efektif dalam hal gambar atau kata-kata yang mampu menarik perhatian para pelaku media sosial. Selain itu, penentuan harga awal juga merupakan masalah penting yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha. Jika salah menetapkan harga awal, entah itu terlalu tinggi atau terlalu rendah, maka akan dapat mengakibatkan penjualan yang tidak stabil. Namun, dengan memahami manajemen media sosial yang efektif dan menentukan harga yang tepat, beliau yakin bisa bersaing dengan pesaing-pesaing beliau dan meraih keberhasilan di bisnis ini.

Menurut Pak Fani, jika terlalu tinggi menaruh harga barang, sedangkan pesaing usaha ada yang lebih rendah dan kualitasnya sama,

maka sangat sulit untuk menarik pelanggan. Karena itulah ia tetap mengedepankan kualitas, apabila ada yang lebih rendah harganya akan tetapi kualitasnya di bawah jualannya, maka akan tetap bertahan karena ia percaya dengan kualitas De Cassual, dan apabila pak Fani menetapkan harga yang terlalu rendah itu bisa mengakibatkan kerugian baginya, oleh karena itulah, penetapan harga awal itu sangat berpengaruh dalam sistem penjualan, karena sebagai wirausahawan apabila sudah menetapkan harga sulit untuk menaikkan harga pasar.

#### 4) Manajemen yang tidak terorganisir

Sangat penting bagi pelaku wirausaha apalagi bagi para pemula untuk mengorganisasikan usahanya dengan baik. Pengorganisasian tentang bahan atau produk merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh seorang pemilik bisnis, terutama dalam menjalankan usaha De Cassual. Pak Armin Fani sebagai pemilik harus jeli dalam memperhatikan hal ini, karena menurut beliau, jika produk sudah ketinggalan zaman, maka tidak perlu lagi memproduksinya. Jika tidak mengontrol zaman tersebut, maka bisa saja terjadi banyak barang yang tidak laku dijual karena sudah tidak sesuai dengan zaman yang ada. Oleh karena itu, pengorganisasian tentang bahan atau produk harus diperhatikan dengan seksama agar usaha dapat berjalan dengan lancar.

Pengorganisasian tentang karyawan, Fani selaku pengusaha pemula sangat memperhatikan tentang karyawan. Ia mengajari para karyawan tentang kejujuran dan ia juga tidak perhitungan dengan

karyawan. Apabila penjual meningkat drastis, Fani selaku pemilik De Cassual tidak akan segan-segan untuk memberikan bonus kepada karyawannya, karena ia merasa jika karyawan yang telah lama bersamanya yang sudah ia ajarkan berbagai macam tata cara berwirausaha dengan baik, mulai dari pengorganisasian uang masuk dan uang keluar sampai dengan pelayanan kepada pelanggan yang ramah, dan pada akhirnya dia tidak nyaman berada di tempatnya, maka akan sia-sia pelajaran yang telah ia ajarkan karena untuk membuat karyawan yang pintar berwirausaha apalagi jujur, itu sangat sulit apalagi sampai Fani sangat mempercayakan masalah uang dan penjualan itu sangat sulit mencari karyawan seperti itu, oleh karena itulah untuk karyawan saat ini, Fani berusaha pertahankan karena ia sendiri sudah sangat percaya dan sangat nyaman dengan karyawan yang sekarang.

#### 5) Rencana finansial yang tidak diatur dengan matang

Pemasaran produk baru hendaknya diatur dengan matang apalagi yang berhubungan dengan finansial, karena apabila produk baru tidak diatur dengan matang maka, nantinya akan menimbulkan kerugian atau tidak tertariknya orang dengan produk baru tersebut, dalam hal pemasaran hendaknya diuraikan secara matang agar nantinya dapat diterima masyarakat dengan baik dan menimbulkan ketertarikan bagi masyarakat sekitar akan produk baru tersebut.

### b. Kendala Eksternal

#### 1) Tekanan-tekanan persaingan

Persaingan merupakan hal yang wajar dalam bisnis, terlebih lagi dalam bidang penjualan pakaian. Baik di pasar kaki lima maupun di mall-mall besar, pakaian dijual di mana-mana. Oleh karena itu, kita harus mampu memasarkan produk kita dengan baik dan memiliki ciri khas yang membedakan produk kita dari yang lain. Salah satu kendala dalam menghadapi persaingan adalah ketika ada toko lain yang menjual produk dengan kualitas yang sama dengan kita, tetapi dengan harga yang lebih rendah.

Menjadi pemilik bisnis tentu tidak selalu mudah, terutama dalam menghadapi tekanan persaingan yang semakin ketat. Hal ini tentu menjadi beban khususnya bagi Pak Fani selaku pemilik De Casual, karena harus memikirkan cara untuk kembali membuat orang tertarik dengan produknya tanpa harus menekan harga jual yang akan mengakibatkan merugi. Dalam hal ini, beliau harus jeli melihat pesaing-pesaingnya dalam hal produk, karena jika produk yang ditawarkan sama persis, maka pembeli akan terbagi. Beliau harus memiliki nilai plus yang menjadi keunggulan dari toko De Casual ini, sehingga dapat membuat produk menjadi ciri khas De Casual di mata masyarakat dan para pembeli di luar. Oleh karena itu, beliau selalu berusaha mencari dan meraba bagaimana cara membuat produk yang menjadi ciri khas De Casual ini di mata masyarakat dan para pembeli di luar.

Penulis menyimpulkan bahwa inilah alasan pemilik toko De Cassual selalu mencari cara untuk membuat produknya menjadi ciri khas dan menarik bagi masyarakat dan pembeli di luar sana.

## 2) Kekurangan informasi yang akurat dan *up to date*

Informasi yang *up to date* merupakan salah satu hal yang penting bagi seorang pemilik bisnis untuk memanfaatkan peluang-peluang usaha yang ada. Namun, pak Fani selaku pemilik De Cassual merasa kurang dalam hal ini, terutama dikarenakan media sosial beliau yang tidak luas dan perkembangan zaman yang semakin cepat. Hal ini tentu menjadi beban bagi beliau dalam mencari peluang-peluang usaha yang tepat untuk dikembangkan. Oleh karena itu, beliau merasa perlu untuk meningkatkan kemampuan dalam mengakses informasi yang *up to date* agar dapat memanfaatkan peluang-peluang usaha dengan lebih baik.

Hal di atas adalah salah satu kendala yang besar bagi Pak Fani selaku pemilik usaha, karena selain dituntut untuk mengorganisasikan toko De Cassual dengan baik, ia juga diharuskan untuk mengobservasi secara luas bagaimana perkembangan zaman khususnya di bidang pakaian agar toko De Cassual tidak ketinggalan zaman dan terus *up to date*. Apabila Pak Fani sedikit saja ketinggalan dalam hal pengobservasian dalam media sosial khususnya, maka toko De Cassual akhirnya akan semakin ketinggalan di mata para pembeli dan juga apabila ia salah dalam hal pengobservasian maka produk yang nantinya dibeli atau diolah, tidak sesuai dengan zaman sekarang dan akhirnya cuman menimbulkan

kerugian yang berlebih. Oleh karena itulah informasi yang akurat itu sangat penting dalam berwirausaha khususnya Pak Armin Fani sebagai pelaku usaha pakaian ini.

### 3) Masalah pada lingkungan dan kebudayaan

Lingkungan adalah salah satu yang menjadi kendala juga dalam berwirausaha usaha pakaian, karena lingkungan sangat mempengaruhi dalam hal modis, jadi apabila ada yang memulai orang yang beralih ke pakaian muslim dan saat itu trennya pakaian muslim, maka toko De Casual sangat sulit untuk bertahan di lingkungan tersebut karena De Casual adalah pakaian keseharian yang modis, apalagi jikalau toko De Casual berada di lingkungan agamis, maka kebudayaan setempat yang biasanya memakai sarung dan lainnya sangat tidak cocok untuk De Casual bertahan ditempat tersebut, akan tetapi untungnya De Casual masih berada di lingkungan umum yang masyarakatnya beragam, jadi untuk saat ini De Casual masih bisa bertahan karena lingkungan dan kebudayaan setempat menjadi pendukung untuk adanya De Casual toko pakaian yang modis.

### 4) Timbulnya rasa persaingan ataupun lingkungan saing

Sebagian besar wirausahawan umumnya menghadapi ancaman dari pesaing-pesaing besar khususnya dalam bidang pakaian, apalagi tren sekarang masyarakat sangat jarang untuk membeli pakaian di tempat-tempat seperti De Casual.

Meskipun banyak masyarakat yang membeli pakaian di mall-mall besar, namun kualitas produk yang ditawarkan bisa dibandingkan dengan produk yang dijual dengan harga yang lebih murah di tempat lain. Namun, faktor gengsi yang berlebih seringkali menjadi alasan mengapa masyarakat lebih memilih untuk membeli di mall-mall besar. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi beliau selaku pemilik bisnis dalam menawarkan produk dengan harga yang lebih murah namun tetap berkualitas tinggi kepada masyarakat. Beliau perlu berusaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat agar dapat menawarkan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pak Armin Fani juga harus mempunyai ciri khas dalam hal produk usahanya agar masyarakat mempunyai tujuan untuk membeli di tempatnya yaitu De Cassual, dan juga ia harus memperluas jaringan pasar di media sosial itu sangat besar dan tepat sasaran karena kebanyakan anak muda sekarang itu mempunyai media sosial dan mereka juga sering membeli pakaian di platform Shoppe ataupun platform lainnya.

#### 5) Kekurangan dan tidak meneliti bahan atau produk yang dibutuhkan

Pemahaman tentang bahan dan produk merupakan salah satu hal yang penting bagi seorang pemilik bisnis, terutama saat pertama kali mencoba berbisnis. Beliau merasa sangat penting untuk memahami hal ini ketika pertama kali mencoba berbisnis De Cassual, karena dengan memahami bahan dan produk yang akan dijual, maka akan lebih mudah untuk menentukan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis.

Menurut pengalaman, Pak Fani pernah mengalami kerugian yang lumayan banyak akibat tidak memahami dengan pasti bagaimana bahan dan produk yang ia butuhkan. Ia membeli segala macam pakaian tanpa memikirkan tentang ciri khas dan bahan yang populer saat itu, dan akhirnya banyak dari bahan tersebut yang tidak laku akibat orang-orang tidak tertarik dengan produk tersebut, bahkan sampai ia mencoba untuk menekan harganya menjadi setengah harga, tetapi konsumen tetap tidak tertarik untuk membeli karena bahan dan produk tersebut sudah ketinggalan zaman dan akhirnya barang dan produk tersebut menjadi kerugian bagi usahanya. Tapi seiring berjalannya waktu pak Fani memahami tentang produk yang ia butuhkan dan berusaha untuk mendapat ciri khas dari toko De Casusal ini, agar pasar dan bahan tidak melebar kemana-mana dan para konsumen sudah tahu apa yang menjadi ciri khas toko De Cassual ini.

#### 6) Rendahnya kemampuan tawar-menawar dalam melayani konsumen

Sebagai pelaku usaha sudah seharusnya kita mempunyai kemampuan dalam tawar menawar yang tinggi karena beragam macam konsumen itu penawarannya bisa melampaui harga modal.

Dalam menjalankan bisnis, beliau sering menemui pembeli yang tidak berpikir secara matang dalam hal menawar. Bahkan, terkadang ada pembeli yang menawar harga produk yang jauh lebih rendah dari harga modal. Bagaimana pun, jika belum berpengalaman, maka tentu saja akan merasa marah dengan pembeli tersebut dan mempersilakannya pergi dari

toko. Namun, justru dengan menjelaskan secara baik-baik mengenai harga produk yang lebih tinggi dari harga yang ditawarkan, serta keunggulan dari produk tersebut, maka bisa saja pembeli tersebut akan kembali lagi ke toko beliau di kemudian hari. Dengan demikian, meskipun pembeli tersebut tidak membeli produk saat itu, nama toko beliau tidak akan tercoreng karena pelayanan yang ramah yang diberikan. Oleh karena itu, beliau merasa penting untuk tetap ramah dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, agar toko beliau dapat terus berkembang dan sukses.

Menurut hasil wawancara, hal inilah yang menjadi salah satu kendala yang De Casual hadapi dalam hal berwirausaha, karena bermacam-macam masyarakat dengan segala kultur dan budayanya.

#### 7) Kurang jelasnya jaringan pemasaran.

Produsen dan atau pedagang dari daerah sulit untuk menembus jaringan pemasaran yang ada di daerah lain karena pihak-pihak yang terlibat dalam jaringan pemasaran tersebut dan tempat kegiatan berlangsung tidak diketahui. Di samping itu, tidak diketahui pula aturan-aturan yang berlaku dalam sistem tersebut. Hal ini menyebabkan produksi yang dihasilkan mengalami hambatan dalam hal perluasan jaringan pemasaran.

Jaringan pemasaran merupakan salah satu kendala utama bagi toko beliau. Beliau ingin memperluas jaringan pemasaran hingga ke tingkat impor barang produksinya, namun terkendala oleh jaringan pemasaran yang masih terbatas. Penjualan beliau hanya terfokus di daerah

saja, paling jauh hanya sampai penjualan dari luar kota, dan bahkan itu pun hanya terjadi akibat luasnya media sosial. Namun, untuk menembus jaringan pemasaran ke luar negeri, sangat sulit dan membutuhkan relasi yang banyak dan akurat. Beliau selalu berhati-hati dalam hal kepercayaan kepada orang lain, karena takut terjadi penipuan. Oleh karena itu, beliau merasa perlu untuk terus mencari cara untuk memperluas jaringan pemasaran tokonya, agar dapat menembus pasar luar negeri.

Menurut penuturan Pak Fani, pernah ada orang yang ingin membantu dalam hal pemasaran, tapi ia tidak percaya begitu saja karena orang itu tidak ia kenal sama sekali, oleh karena itulah kepercayaan dalam hal perluasan jaringan pemasaran itu sangat penting.

#### 8) Berfluktuasinya harga

Harga produksi yang selalu berfluktuasi tergantung dari perubahan yang terjadi. Naik turunnya harga dapat terjadi dalam jangka pendek yaitu per bulan, per minggu bahkan perhari atau dapat pula terjadi dalam jangka panjang. Jadi selaku pelaku usaha sangat menjadi kendala fluktuasi harga. Salah satu kendala yang dihadapi oleh toko De Casual yang dikelola Pak Fani adalah perubahan harga bahan yang dijual. Beliau menemukan bahwa saat harga bahan naik, sulit untuk menaikkan harga jual produk yang dijual, karena bahan yang dijual sudah memiliki banroll tersendiri di pasaran. Namun, saat harga bahan turun, beliau dapat menggunakan strategi pemasaran seperti diskon atau "beli 2 gratis 1" untuk menarik pembeli. Namun, saat harga bahan naik, sangat sulit untuk

menaikkan harga jual produk, karena konsumen sudah tahu kisaran harga yang ditawarkan oleh toko beliau, dan harga pasar juga tidak menentu, ada yang menaikkan harga jual, ada juga yang tidak. Oleh karena itu, beliau merasa perlu untuk terus belajar dan mencari cara untuk mengelola perubahan harga bahan yang dijual dengan lebih baik.

Menurut pendapat Pak Fani, jika ia tidak mempunyai komitmen tersendiri dalam hal harga jual maka ia akan selalu bingung dengan harga pasar, oleh karena itulah fluktuasi harga sangat berpengaruh bagi dirinya khususnya bagi pelaku usaha pakaian.

## **B. Analisis Data**

Setelah melakukan penelitian kepada Narasumber melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, maka dapat dilakukan analisis data tentang Penerapan Manajemen Bisnis *Thrift Store* Toko De Casual dalam Mempertahankan Eksistensinya.

### **1. Penerapan Manajemen Bisnis Usaha pada Toko De Casual dalam Mempertahankan Eksistensinya**

Setelah melakukan penelitian kepada Narasumber melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi penulis dapat menganalisa tentang penerapan manajemen bisnis usaha toko De Casual mempertahankan eksistensinya. Dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa manajemen narasumber sudah lumayan sesuai dengan manajemen bisnis pada umumnya, narasumber mengatakan bahwa usaha De Casual itu bertahan karena perkembangan zaman yang semakin maju dan dia terinspirasi untuk membuat

usaha tersebut agar para konsumen dapat berpakaian seperti halnya anak muda zaman sekarang akan tetapi dengan harga yang dapat dijangkau oleh kalangan menengah sekalipun walaupun itu adalah barang bekas, tapi kualitas barang masih bagus dan dapat disandingkan dengan aslinya, pernyataan tersebut juga sesuai dengan pengertian usaha Thrifting yaitu *Thrift shop* adalah model bisnis yang menjual barang-barang bekas dari luar maupun dalam negeri, seperti pakaian, buku, barang-barang keramik, peralatan rumah tangga, dan lainnya.

Meskipun barang yang dijual sifatnya bekas, kualitas yang ditawarkan tidak selalu kalah dengan kondisi *item* di toko resmi. Harga yang ditawarkan pun cukup murah, sehingga membeli barang *Thrift shop* sering dijadikan pilihan oleh masyarakat. Setelah itu penulis juga menyimpulkan bahwa narasumber sudah sesuai dengan manajemen bisnis pada umumnya karena Narasumber sudah menerapkan beberapa macam tahapan-tahapan manajemen bisnis, mulai dari perencanaan yaitu merencanakan segala hal tentang apa yang perlu direncanakan dalam berbisnis, kemudian pengorganisasian sampai dengan pengelolaan tersendiri ataupun berkelompok yang sangat sesuai dengan pengertian manajemen pada umumnya yaitu:

Perencanaan (*Planning*) sebagaimana dikutip oleh Ma'ruf Abdullah, adalah proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang diperlukan untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan, dan penetapan metode yang dibutuhkan untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis itu dapat dilaksanakan sesuai dengan kemampuan dan kondisi yang berkembang. Pada penelitian ini peneliti melihat adanya *planning*

yang bagus dalam manajemen usaha pemilik toko De Cassual dalam memajemen usahanya yang selalu memperhatikan usaha-usaha apa yang akan direncanakan dan dilakukan secara berkesinambungan. Banyaknya rencana-rencana terkait perkembangan bisnis usaha tokonya telah mencerminkan bahwa pemilik took De Cassual sudah melaksanakan fungsi manajemen di poin *planning* ini.

Pengorganisasian (*Organizing*) yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi yang telah dirumuskan dalam perencanaan yang di desain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, Manajemen erat kaitannya dengan konsep organisasi, sehubungan dengan hal tersebut organisasi dapat diartikan sebagai interaksi antar orang-orang yang ada dalam suatu wadah untuk melakukan sesuatu atau berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian dapat diketahui indikator adanya suatu organisasi itu adalah adanya orang-orang yang bekerja sama, ada kegiatan pekerjaan yang dilakukan bersama/terkoordinir dan ada tujuan bersama yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini peneliti menilai bahwa pemilik took De Cassual telah melaksanakan fungsi manajemen dari *organizing* yakni seperti pembagian tupoksi atau *job description* kepada seluruh karyawan-karyawannya, seperti ada yang bertugas menjadi admin sosial media, ada yang bertugas di bidang pemasaran tatap muka, ada yang bertugas mencari data atau informasi terkait *trend style* yang *upgrade* setiap bulannya sehingga toko De Cassual dapat menganalisa terkait produk-produk apa juga yang harus mereka *update* juga. Pembagian tupoksi terhadap karyawan inilah peneliti menilai bahwa pemilik

toko De Cassual telah menerapkan fungsi manajemen poin *organizing* dengan baik.

Pengarahan (*Actuating*) yaitu proses implementasi program agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi, serta meningkatkan minat karyawan untuk terus mengembangkan dirinya. Pada penelitian ini dengan adanya penerapan *organizing* dari pemilik toko terhadap anggota (karyawannya) serta karyawannya telah melaksanakan *job descriptions* tersebut beserta sesuai arahan dan bimbingan dari pemilik toko maka sudah jelas bahwa poin *actuating* dari fungsi manajemen telah terlaksana dengan baik.

Pengawasan (*Controlling*) yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, di organisasikan, dan di implementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkup dunia bisnis yang diharapkan. Pada penelitian ini menurut informasi dari karyawan toko De Cassual yang peneliti dapatkan bahwa pemilik toko selain memberikan pengarahan dan bimbingan, ia juga selalu memberikan pengawasan terhadap kinerja karyawan-karyawannya demi efektivitas kerja dalam manajemen serta untuk evaluasi jikalau ada kinerja karyawan yang belum sesuai dengan tupoksinya. Dengan penjelasan ini dapat kita simpulkan bahwa pemilik toko telah menerapkan fungsi manajemen di poin *controlling*.

Dalam hal ini penulis juga memperhatikan bahwa narasumber selaku pemilik toko De Cassual selalu mengembangkan dalam hal pengelolaan toko De Cassual, dari penjualan yang selalu update mengikut zaman dan pembaruan toko agar lebih menarik penulis menganalisa bahwa pemilik De Cassual sangat memahami bagaimana manajemen yang baik dan benar sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil.

Banyak di antara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Sedangkan bisnis diartikan sebagai usaha dagang, pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.

Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya.

Setiap manusia harus memahami betul bagaimana tata cara berbisnis dengan baik dan benar, dan setiap manusia harus berakhlak dalam hal berbisnis apalagi dalam hal jual beli, kita harus ramah, murah senyum, jujur, dan segala macam hal akhlak dan budi pekerti yang baik hendaknya kita terapkan dalam penerapan berbisnis karena Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak.

Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:

a. Jujur

Dalam mengembangkan harta seorang wirausaha muslim harus menjunjung tinggi kejujuran, karena kejujuran merupakan akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk ke dalam surga, sebagaimana firman Allah Q.S. Al-Ahzab ayat 70-71:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ  
 أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا  
 ﴿٧١﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar (70) niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barangsiapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung (71)”*

Pencerminan dari sifat jujur ini dapat dilihat ketika seorang wirausaha mempromosikan barang dagangannya. Apakah ia mempromosikan/ menjelaskan dengan sejujurnya atau keterangan/sumpah palsu yang dapat menyesatkan seperti marak terjadi dalam iklan produk/jasa yang banyak ditayangkan lewat televisi.

Mayoritas iklan yang dimuat tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Bila kita jujur, semua orang juga akan menyukai kita, bila kita jujur karena setiap orang membutuhkan informasi yang akurat untuk mengambil keputusan apapun. Misalnya: sebagai penjual kita akan disukai pelanggan, sebagai karyawan akan disukai juragan, sebagai juragan akan disukai karyawan. (Rikza Abdullah, 2015, hal. 13-14)

#### b. Amanah

Seperti amanat untuk menjaga rahasia perusahaan, amanat dalam pekerjaan tertentu ataupun amanat untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu. Dasar hukum menjaga amanat terdapat dalam Al-Qur'an QS. Al-Anfal: 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ

تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”*

Makna amanah dalam berbisnis juga bisa dilihat dari ketika seorang penjual mengatakan dengan terus terang mengenai cacat barang yang dijualnya kepada calon pembelinya.

Penjual yang jujur itu tidak khawatir barangnya tidak laku karena cacatnya diketahui oleh calon pembeli. Ia sadar betul dengan apa yang dirasakan dalam hatinya: “selayaknya seorang tidak ridha terhadap sesuatu yang menimpa orang lain sebagaimana dia tak akan ridha bila hal itu menimpadirinya”

Oleh karena itu bagi seorang wirausaha muslim keuntungan satu rupiah yang diberkahi Allah akan menjadi sebab kebahagiaannya di dunia dan akhirat jauh lebih baik dari pada jutaan rupiah yang dicela dan dijauhan dari berkah yang akan menjadi sebab kehancuran pemiliknya di dunia dan akhirat.

#### c. Toleran

Sikap toleran akan memudahkan seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Ada beberapa manfaat yang didatangkan oleh sikap toleran dalam berbisnis, diantaranya: mempermudah terjadinya transaksi, mempermudah hubungan dengan calon pembeli, dan mempercepat perputaran modal. (Ma'ruf Abdullah, 2011, hal. 22)

Allah berfirman dalam Surah al-Ma`idah ayat 2:

... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانَ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”*.

Rasulullah SAW dalam sebuah hadistnya bersabda: *“Allah akan mencurahkan rahmat kepada orang yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran ketika menagih hutang”*. (HR. Bukhari)

#### d. Menepati Janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan penganutnya untuk menepati janji dan semua bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan muamalah antar manusia. Allah berfirman QS. Al-Baqarah 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ﴿٢٨٢﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”*.

Semua petunjuk yang diberikan Al-Qur’an dan Rasul dalam hadits itu merupakan sarana yang akan membantu wirausaha muslim untuk merealisasikan janji yang dibuatnya, sehingga akan terhindar dari kategori orang munafik yang dibenci Allah.

#### e. Percaya pada takdir dan ridha

Seorang wirausahawan muslim wajib mengimani atau percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Setelah percaya dengan takdir, maka ia pun harus berdzikir dan bersyukur bila menerima keuntungan dalam hartanya dan

tidak akan bergembira secara berlebihan-lebihan, sebagaimana diingatkan Allah dalam firmanNya QS. Al A'raf: 69

... فَادْكُرُوا آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٦٩﴾

*“Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”*

Begitu pula jika sebaliknya, maka tetap ridha dan sabra menghadapi dan menjalaninya, karena dalam setiap kejadian pasti ada hikmah yang tersembunyi.

f. Bersyukur

Wirausahawan muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatnya, karena Allah sudah mengingatkannya dalam Al-Qur'an QS. Ibrahim:7

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

*“Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat pedih.”*

Rasa syukur kepada Allah yang dimaksudkan di sini bukan hanya diucapkan saja, tetapi juga harus diiringi dengan perbuatan terutama bagi

yang sudah berkecukupan dari hasil usahanya, yaitu dengan berzakat, berinfak, dan bersedekah.

## 2. Kendala Toko De Cassual Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha *Thrifting*

Di setiap bisnis dan usaha pastinya ada kendala-kendala apapun itu, kendala internal ataupun kendala eksternal, dalam hal ini penulis juga menganalisa tentang kendala-kendala yang terjadi dalam toko De Cassual mulai dari perencanaan yang kurang matang penulis mengerti awalnya pemilik De Cassual memang kurang dalam hal perencanaan karena kurangnya pengetahuan dan awal mula berkarier dalam hal bisnis tapi seiring berjalannya waktu penulis rasa, banyak perbaikan-perbaikan yang dilakukan oleh pemilik De Cassual, setelah itu ada juga targer pasar yang terlalu lebar, masalah pengetahuan harga pasar, manajemen yang tidak terorganisir, sampai dengan rencanaan finansial yang tidak diatur dengan matang, itulah beberapa kendala-kendala yang di alami oleh pemilik De Cassual dalam hal internal.

Ada juga kendala eksternal yang sangat mempengaruhi bisnis De Cassual dan itupun juga sangat berpengaruh dalam perkembangan De Cassual seperti tekanan persaingan, kekurangan informasi yang up to date, masalah pada lingkungan dan kebudayaaa, pengetahuan tentang barang yang dibutuhkan, kurang jelasnya pemasaran sampai dengan berfluktuasinya harga itu sangat berpengaruh dalam perkembangan bisnis khususnya dala bisnis pakaian. Dalam hal ini penulis menganalisa beberapa kendala eksternal bagi pengelola De Cassual seperti kurang jelasnya pemasaran, dengan

berkembangnya zaman dan berkembangnya media sosial seharusnya bisa kita manfaatkan media sosial tersebut untuk pemasaran, dan juga pasar De Casual akan lebih jelas dalam hal promosi tentang produk-produk yang mereka perjual belikan, dan juga berfluktuasinya harga itu sangat berpengaruh dalam hal bisnis pakaian, apabila pemilik De Casual kurang bisa meneliti tentang harga pasar, maka barang-barang ataupun produk-produk itu harus bisa menyesuaikan, itulah salah satu yang menjadi kendala dalam toko De Casual, yaitu pengetahuan harga pasar itu salah satu yang harus dimengerti dalam hal manajemen yang baik dan benar. Manajemen sangat penting untuk diimplementasikan dalam kegiatan bisnis. Kebutuhan terhadap manajemen, bukan hanya karena dibutuhkan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan perubahan organisasi, namun lebih jauh dari itu, kebutuhan terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan bisnis dengan optimal. Manajer yang terampil adalah manajer yang mampu mengimplementasikan fungsi manajemen dalam kegiatan operasional bisnis secara optimal. Bisnis adalah suatu kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagian produsen, perantara maupun sebagai konsumen.

Penulis berpendapat bahwa di setiap bisnis selalu ada kendala-kendala yang tidak diketahui apalagi bisnis Thrifting seperti halnya beberapa kendala Thrifting yaitu:

- a. Sulit mencari supplier Thrift shop

Memang hal utama yang sangat penting adalah mencari supplier atau penyedia barang dari produk yang kamu jual. Salah memilih supplier, kamu bisa dapat produk yang banyak cacatnya dan jelas tidak laku dijual kembali.

b. Mencari supplier Thrift shop yg terpercaya dan berpengalaman

Meskipun sedikit sulit untuk menemukan supplier Thrift shop yang terpercaya dan berpengalaman, setelah menemukannya, kamu akan lebih efisien dalam mengelola waktu dan tenaga saat mencari barang sesuai keinginanmu. Dengan cara ini, pastinya akan terbilang sangat efektif.

c. Harus mempersiapkan modal awal

Saat ingin menjalankan bisnis ini, hal yg paling penting adalah kesiapan modal. Walaupun pada dasarnya untuk memulai bisnis Thrift shop ini, sobat ukmsumut tidak memerlukan modal yg cukup besar, tapi modalnya juga harus ada di muka, untuk membeli barang. Beda dengan model dropship dimana kamu tidak perlu memiliki modal.

d. Menghabiskan Tenaga dan Waktu

Selain modal dalam bentuk uang, kamu juga pastinya akan terkait dengan tenaga dan waktu untuk membeli barang, memilih dan memilah jenis pakaian mana yang cocok, serta memperbaiki tampilan barang tersebut untuk dijual kembali. Memang sekarang kamu akan dimudahkan untuk mencari pasar loak yg menjual pakaian bekas, seperti misalnya pasar loak mingguan di sekitar UGM dan Gelora Senayan pada hari minggu.

e. Persaingan Pasar Cukup Ketat

Ketika kamu ingin melakukan bisnis apapun, analisis kompetitor sangat penting untuk dilakukan, termasuk usaha jenis Thrift shop. Kamu sangat memerlukan analisis pasar supaya nanti bisa menang bersaing dengan kompetitor mu yang semakin banyak.

Karena salah satu kekurangan dari usaha ini adalah mudah ditiru dan banyak saingannya, karena semua orang bisa masuk dan memulai usaha jenis ini. Jadi kamu harus mengatur strategi untuk menghadapi competitor dengan baik dan benar.

f. Tidak ada standar harga jual

Bisnis ini menjual barang bermerek tanpa ada harga standar yang jelas di pasaran. Jadi kalau kamu ingin lebih mudah dalam menentukan harga standar yg sesuai dengan pasaran, maka kamu harus melakukan analisis pasar.

Oleh sebab itu, jangan sampai sobat ukmsumut tidak memperhatikan kebutuhan pasar dan konsumen mu, karena ini dapat menyebabkan konsumen tidak mau belanja lagi, atau mereka justru akan datang lagi ke toko mu.

g. Kemungkinan dapat Produk Rusak

Membeli produk dalam satuan BAL atau yang dijual dalam karungan, sejatinya seperti membeli kucing dalam karung. Kita mungkin tidak tahu produk tersebut apakah ada yang rusak atau masih bagus semuanya.

Seperti baju misalnya, pasti ada yang robek, terkena noda, melar, warna memudar dan kerusakan lainnya. Untuk itu sangat penting mencari supplier atau penyedia bal yang berkualitas dan profesional. Kalau salah memilih, bisa kamu rugi dan malah tidak bisa mengembangkan usaha ini ke depannya.