

**POTENSI EKONOMI PENJUALAN PUPUK KANDANG PADA
MASA PANDEMI COVID-19 KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh
NOOR AINUL KHASANAH
NIM. 1804120899

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN AJARAN 2022 M/1444 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : POTENSI EKONOMI PENJUALAN PUPUK
KANDANG PADA MASA PANDEMI COVID-19
KOTA PALANGKA RAYA
NAMA : NOOR AINUL KHASANAH
NIM : 1804120899
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA 1 (S1)

Palangka Raya, Oktober 2022

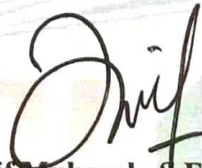
Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Rofi'i, M.Ag
NIP. 19660705 199403 1 010




Arif Mubarak, S.E.I., M.E
NIP. 19930321 202012 1 014

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 19740423 200112 1 002



Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.Esy
NIP. 19891010 201503 2 012

NOTA DINAS

Hal: Mohon diuji skripsi

Palangka Raya,.....September 2022

Saudari Noor Ainul Khasanah

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat Skripsi saudara:

Nama : Noor Ainul Khasanah
NIM : 1804120899
Judul : **POTENSI PENJUALAN PUPUK KANDANG
PADA MASA PANDEMI COVID-19 KOTA
PALANGKA RAYA MENURUT EKONOMI
ISLAM**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Rofi'i, M.Ag
NIP. 19660705 199403 1 010



Arif Mubarok, S.E.I., M.E
NIP. 19930321 202012 1 014

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**POTENSI EKONOMI PENJUALAN PUPUK KANDANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 KOTA PALANGKA RAYA**”. Oleh **Noor Ainul Khasanah, NIM: 1804120899** telah dimunaqasahkan oleh tim *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 04 Oktober 2022

Palangka Raya, 04 Oktober 2022

TIM PENGUJI

Ali Sadikin, M.SI
(Ketua Sidang/Penguji)

M. Zainal Arifin, M. Hum
(Penguji I)

Drs. Rofi'i, M. Ag
(Penguji II)

Arif Mubarak, S.E.I.,M.E
(Penguji/Sekretaris)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M. Ag
NIP. 19740423 200112 1 002

POTENSI EKONOMI PENJUALAN PUPUK KANDANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 KOTA PALANGKA RAYA

ABSTRAK

Oleh Noor Ainul Khasanah
NIM 1804120899

Latar belakang pada penelitian ini yaitu perubahan pola kehidupan masyarakat yang semula lebih banyak menghabiskan waktu dengan kesibukan di luar rumah seperti bekerja, berwisata atau sekedar melepas suntuk, menjadi masyarakat yang lebih sering berdiam diri atau bekerja dari rumah akibat pembatasan sosial karena pandemi Covid-19. Pola kehidupan saat ini jelas memberikan kebosanan bagi masyarakat yang pada dasarnya terbiasa sibuk atau mencari hiburan di luar rumah. Bagi beberapa orang ada yang mencari alternatif hiburan seperti bercocok tanam sebagai hobi baru atau bahkan menjadikan kegiatan tersebut sebagai peluang bisnis. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya menurut Ekonomi Islam? Dan bagaimana potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya? Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya menurut Ekonomi Islam, dan untuk mendeskripsikan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya.

Fokus pada penelitian ini adalah hanya meneliti pupuk kandang jenis kambing dan sapi yang bermanfaat, penjual pupuk kandang yang beragama Islam, pupuk kandang dalam bentuk kemasan dan masyarakat yang memiliki usaha pupuk kandang minimal 5 tahun. Metode penelitian ini yaitu kualitatif. Jenis penelitian lapangan dan dengan menggunakan pendekatan deskriptif.

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa praktik jual beli yang ada di Kota Palangka Raya telah sesuai dengan hukum Islam, dan mengenai penjualan pupuk kandang pada masa pandemi covid-19 di Kota Palangka Raya mengalami peningkatan permintaan.

Kata kunci: Potensi, Pupuk Kandang, Covid-19

THE POTENTIAL ECONOMY SALES OF MANURE DURING THE COVID-19 PANDEMIC ERA IN PALANGKA RAYA CITY

ABSTRACT

*By Noor Ainul Khasanah
NIM 1804120899*

This study is initiated by the change of the pattern in people's lives, which originally spent more time with activities outside, such as working, traveling, or just relaxing, becoming people who are more often silent or working from home due to social restrictions because of the Covid-19 pandemic. The current pattern of life clearly gives boredom to people who are basically being busy or looking for entertainment outside the house. Some people are looking for alternative entertainment, such as farming. It is used as a new hobby or even a business opportunity. This study formulates two research questions. First, how is the practice of buying and selling manure during the Covid-19 pandemic era in Palangka Raya City based on the Islamic Economy? Second, how are the potential sales of manure during the Covid-19 pandemic era in Palangka Raya City? This study aims .describes the practice of buying and selling manure during the Covid-19 pandemic era in Palangka Raya City based on the Islamic Economy, It also to describe the potential sales of manure during the Covid-19 pandemic era in Palangka Raya City.

This study focuses on examining the useful goat and cow manure, Muslim manure sellers, packaged manure, and people who have a minimum 5-year manure business. This study used a qualitative method. This study was a field study and used a descriptive approach.

The results of this study showed that the practice of buying and selling in Palangka Raya City is in accordance with Islamic law, the sales of manure during the COVID-19 pandemic era in Palangka Raya City experienced an increase in demand. Furthermore.

Keywords: Potensi, Manure, Covid-19

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah menciptakan langit dan bumi beserta isinya, dan rasa syukur senantiasa Peneliti haturkan hanya kepada-Nya yang telah memberikan rahmat, nikmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Potensi Ekonomi Penjualan Pupuk Kandang Pada Masa Pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya” dengan lancar. *Sjalawat* serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, *Khatamun Nabiyyin*, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *ila> yaumil qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. Selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Ibu Dr. Itsla Yunisva Aviva, S.E.I., M.E.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palangka Raya.
4. Ibu Jelita M. Si. Selaku ketua program studi Ekonomi Islam.
5. Ibu Novi Angga Safitri, M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak membantu memberikan arahan, serta membimbing Peneliti dalam menyelesaikan studi di IAIN Palangka Raya.

6. Bapak Drs. Rofi'i, M.Ag. selaku dosen pembimbing 1, dan bapak Arif Mubarak, S.E.I., M.E. selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan membimbing Peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak bisa Peneliti sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu dalam berbagi ilmu pengetahuan kepada Peneliti.
8. Semua pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palangka Raya, Oktober 2022

Noor Ainul Khasanah
NIM 1804120899

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Noor Ainul Khasanah
NIM : 1804120899
Program Studi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenjang : Strata 1/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“POTENSI EKONOMI PENJUALAN PUPUK KANDANG PADA MASA PANDEMI COVID-19 KOTA PALANGKA RAYA”** benar karya ilmiah saya sendiri bukan hasil jiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan. Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2022

Yang Membuat Pernyataan



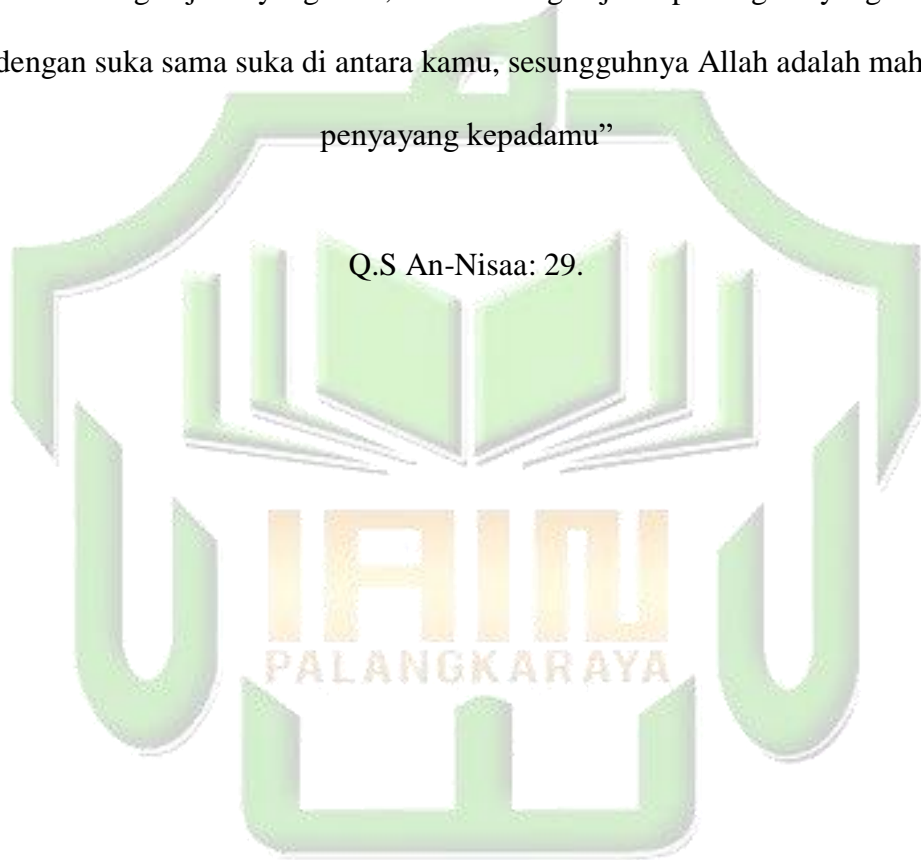
Noor Ainul Khasanah
NIM. 1804120899

﴿٢٩﴾

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta
sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku
dengan suka sama suka di antara kamu, sesungguhnya Allah adalah maha
penyayang kepadamu”

Q.S An-Nisaa: 29.



PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada Peneliti untuk dapat menyelesaikan karya ini dan sJalawat serta salam semoga selalu tecurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala kerendahan hati, saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang selalu bertanya kapan skripsimu selesai?

Teruntuk ibunda dan ayahanda tercinta, kuucapkan banyak terimakasih karena telah memberikan kontribusi terbesar dalam hidupku, yang selalu memberi dukungan, dan nasihat untukku. Terimakasih atas semua doa-doa yang dipanjatkan kepadaku, terimakasih atas semua yang telah diberikan untuk anakmu ini yang tidak bisa dibalas dengan apapun juga. Semoga kebaikan-kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariah dan semoga selalu dalam lindungan-Nya.

Untuk kakak dan seluruh keluarga terimakasih telah memberikan semangat dan dorongan sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Untuk orang-orang terdekatku (Mufarridun S. Ag, Laili Saidah, Ermi Widianingsih, Fita setyawati, Tri Wahyuni, Annisa, Jariah dan Wulandari) kuucapkan banyak terimakasih karena selama ini kalian sudah bersedia menemani, memberi dukungan semangat, dan mendengarkan keluh kesahku, serta mendoakanku. Terimakasih sudah menerima apapun kekuranganku, semoga kita bisa bersama sampai ke Syurga-Nya Allah SWT.

Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah turut memberikan kontribusi bantuan, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

PEDOMAN TRANSLITRASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri

Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	<i>Ba>'</i>	<i>B</i>	Be
ت	<i>Ta>'</i>	<i>T</i>	Te
ث	<i>S a>'</i>	<i>S </i>	Es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	<i>J</i>	Je
ح	<i>H}a>'</i>	<i>H}</i>	Ha titik di bawah
خ	<i>Kha>'</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	<i>D</i>	De
ذ	<i>Z al</i>	<i>Z </i>	Zet titik di atas
ر	<i>Ra>'</i>	<i>R</i>	Er
ز	<i>Zai</i>	<i>Z</i>	Zet
س	<i>Si>n</i>	<i>S</i>	Es
ش	<i>Syi>n</i>	<i>Sy</i>	Es dan ye
ص	<i>S}ad</i>	<i>S}</i>	Es titik di bawah
ض	<i>D}a>d</i>	<i>D}</i>	De titik di bawah
ط	<i>T}a>'</i>	<i>T}</i>	Te titik di bawah
ظ	<i>Z}a>'</i>	<i>Z}</i>	Zet titik di bawah

ع	'Ayn	'	Koma terbalik(di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	La>m	L	El
م	Mi>m	M	Em
ن	Nu>n	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha>'	H	Ha
ء	Hamzah	'...'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap:

متعاقدین	Ditulis	<i>Muta'a>qqidi>n</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta>' marbu>tah di akhir kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya (dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>Ni'matulla>h</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zaka>tul fit}ri</i>

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	D{ammah	Ditulis	U

E. Vokal panjang

Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Ja>hiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	A<
يسعى	Ditulis	<i>Yas'a</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	I<
مجيد	Ditulis	<i>Maji>d</i>
D{ammah + wawu mati	Ditulis	U<
فروض	Ditulis	<i>Furu>d{</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
-------------------	---------	----

بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لأئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + La>m

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiya>s</i>

2. Bila diikuti hiruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama>'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penelitian kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut Penelitiannya.

ذو الفروض	Ditulis	<i>Z/awi al-furu>d}</i>
-----------	---------	----------------------------

أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>
-----------	---------	----------------------

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix

DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teoritis.....	18
1. Kerangka Teoritik	18
a. Potensi ekonomi penjualan	18
b. Jual Beli.....	28
c. Pemasaran	37
d. Ekonomi Islam	44
2. Kerangka Konseptual.....	48
a. Pengertian Pupuk	48
b. Pupuk Kandang	49
C. Kerangka Berpikir.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B. Waktu dan tempat Penelitian	53
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	53

D. Tehnik Pengumpulan Data.....	54
E. Pengabsahan Data	56
F. Teknik Analisis Data.....	57
G. Sistematika Penelitian	59

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

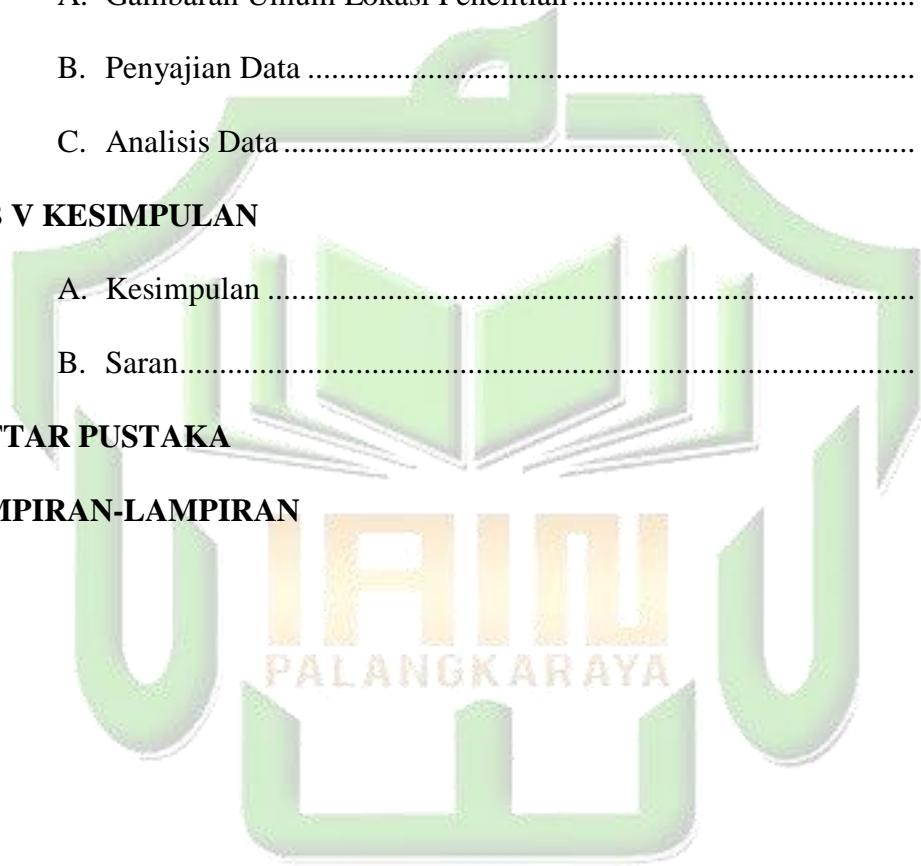
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	60
B. Penyajian Data	66
C. Analisis Data	97

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan	120
B. Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN





DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Penjualan Pupuk Kandang Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya	114
Table 4.2 Penjualan Kotoran Hewan Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pertukaran	23
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	51



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa lepas dari interaksi dengan manusia yang lain. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tersebut, manusia mengembangkan kemampuan dan akal nya seperti dalam hal mencari nafkah dengan menciptakan barang dan jasa. Pada dasarnya manusia tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, sehingga diperlukan transaksi ekonomi yang kemudian dikembangkan dalam bentuk jual beli dengan menggunakan media uang sebagai alat tukar.¹

Jual beli dalam penggunaan sehari-hari mengandung arti saling tukar atau tukar menukar.² Secara terminologi jual beli diartikan dengan tukar-menukar harta secara suka sama suka atau peralihan pemilikan dengan cara penggantian menurut cara yang diperbolehkan.³ Dengan kata lain, jual beli adalah tukar-menukar suatu barang dengan barang yang dilakukan dengan cara tertentu yang telah disepakati antara kedua belah pihak atau lebih, yang biasa disebut dengan akad. Jual beli adalah suatu kegiatan yang melibatkan dua belah pihak atau lebih. Setidaknya dalam kegiatan jual beli ada dua pihak yang terlibat, yakni produsen dan konsumen. Kegiatan pada sisi produsen disebut Penjualan sedangkan pada sisi konsumen disebut Pembelian.

Di tengah era globalisasi, persaingan antar produsen menjadi sangat ketat. oleh sebab itu produsen dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, kerja keras

¹Miranty Abidin, *Mencari Makna Hidup*, Yogyakarta: Hikmah, 2002, h. 73.

²Sohari Sahrani, Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, Bogor : Kencana, 2011, h. 65.

³Amir Syarifudin, *Garis-garis Besar Fiqih*, Jakarta : Kencana, 2003, h. 192-193.

dan berjuang. Produsen memiliki peranan penting dalam aspek perekonomian, mereka tidak semata-mata mencari keuntungan untuk bertahan hidup, tapi juga dalam rangka melaksanakan segala amanat Allah yang pada hakikatnya untuk menjaga kemaslahatan manusia.⁴ Adapun hukum jual beli didasarkan pada Al-Qur'an, Hadis dan Ijma'. Dalam Al-Qur'an surah An-Nisaa: 29 dan Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 275, Allah berfirman:

لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.”⁵

وَاحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”⁶

Berdasarkan dalil tersebut, dapat difahami bahwa Allah menghalalkan setiap jual beli yang diadakan oleh dua pelaku jual beli yang sah tindakannya dalam melakukan jual beli dengan disertai sikap saling rela dari keduanya.⁷

عَنْ رِفَاعَةَ ابْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: {عَمَلُ الرَّحْلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ} رَوَاهَا الْبَرَّاءُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

Artinya: *Dari Rifa'ah bin Rafi' r.a., Nabi saw. Pernah ditanya, “pekerjaan apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang baik.” (HR. Al-Bazzar, dan dinilai sahih oleh Al-Hakim).*⁸

⁴Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h. 129.

⁵Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an*, Bandung, 2019.

⁶Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an*, Bandung, 2019.

⁷Imam Asy-Syafi'i, *Al Umm* 5, Jakarta: Pustaka Azzam, 2014, h. 352.

⁸Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Terjemahan Lengkap Bulughul Maram*, Jakarta: Akbar Media, 2012, h. 203.

Hadis| ini menjelaskan, pekerjaan dengan mengandalkan keterampilan dan kemampuan yang dimiliki termasuk produksi. Didahulukannya usaha dengan tangannya sendiri dari jual beli yang baik pada hadis di atas, menunjukkan bahwa usaha atau produksi dengan mengandalkan kemampuan sendiri itulah yang paling utama.⁹ Para ulama sepakat seseorang yang menjual sesuatu yang jelas dan ada di hadapan dengan harga yang jelas, kedua belah pihak telah mengetahui barang yang dijual belikan, kedua-duanya boleh melanjutkan transaksi tersebut dan hukumnya sah.¹⁰

Seiring perkembangan zaman, di era modern ini manusia membutuhkan bermacam-macam barang untuk bisa memenuhi kebutuhan kehidupannya, bahkan tuntutan kebutuhan saat ini mengharuskan manusia untuk memanfaatkan sesuatu yang merupakan hasil penemuan, pembuatan, dan pengolahan hasil limbah. Jenis pengolahan limbah yang bermanfaat dan termasuk limbah yang banyak diperjual belikan di wilayah Kota Palangka Raya seperti kotoran hewan yang dimanfaatkan sebagai pupuk kandang.

Pupuk kandang memiliki banyak manfaat dalam kehidupan manusia yaitu sebagai pupuk organik, dan biogas. Pupuk kandang memiliki keunggulan antara lain: efektif (mudah didapat), ekonomis (harga lebih murah), aman (ramah lingkungan), dan pengaplikasiannya yang tergolong mudah (dapat diaplikasikan sebelum atau sesudah masa tanam), serta

⁹Isnaini Harahap, Yenni Samri Juliati Nasution, Marliyah, dkk, *Hadis-hadis Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2017, h. 54.

¹⁰Al-Hafizh, Al-Faqih, Ibnul Mundzir An-Naisaburi, *Al-Ijma'*, Jakarta: Akbar Media, 2021, h. 120.

mengandung unsur hara yang baik untuk tanaman.¹¹ Dari pemanfaatan pupuk kandang, dapat menjadi peluang bisnis yang cukup menjanjikan di tengah masyarakat maupun pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang terdampak Covid-19.

Sudah 1 tahun lebih Indonesia masih dilanda masalah pandemi Covid-19. Tentunya, pandemi ini mengubah perilaku masyarakat yang semula dapat dengan mudah untuk beraktivitas di luar rumah, tetapi saat ini masyarakat terbatas akan mobilitasnya. Ini serupa dengan upaya pemerintah dalam menentukan kebijakan untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Secara data, ada beberapa sektor yang tetap mengalami pertumbuhan positif di antara banyak sektor yang terdampak Covid-19, yakni sektor pertanian, kehutanan dan perikanan dengan laju pertumbuhan sebesar 1,75% pada tahun 2020.¹²

Dari data di atas, tentunya sektor yang berkaitan dengan tanaman dan hewani, memang masih tumbuh positif. Terlebih pada sub sektor perkebunan, yang saat ini juga sedang menjadi trend di kalangan masyarakat yaitu menanam tanaman hias atau sayur-sayuran di rumah. Alasan mengapa sektor pertanian, perkebunan dan perikanan masih bisa tumbuh positif disebabkan karena perubahan pola kehidupan masyarakat yang semula lebih banyak menghabiskan waktu dengan kesibukan di luar rumah seperti bekerja, berwisata atau sekedar melepas suntuk, menjadi masyarakat yang lebih sering berdiam diri atau bekerja dari rumah akibat pembatasan sosial karena pandemi

¹¹Desy Sayyidati Rahimah, *Berkebun Organik Buah dan Sayur*, Jakarta: Penebar Swadaya Group, 2018, h. 49.

¹²Badan Pusat Statistik, *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020*, 2021, h. 2.

Covid-19.¹³ Pola kehidupan saat ini jelas memberikan kebosanan bagi masyarakat yang pada dasarnya terbiasa sibuk atau mencari hiburan di luar rumah. Bagi beberapa orang ada yang mencari alternatif hiburan seperti bercocok tanam sebagai hobi baru atau bahkan menjadikan kegiatan tersebut sebagai peluang bisnis. Kegiatan bercocok tanam inilah yang menjadikan kotoran hewan menjadi benda yang bermanfaat, bahkan permintaan akan kotoran hewan sebagai pupuk kandang ikut meningkat. Dari hasil observasi awal yang dilakukan peneliti diketahui telah terjadi penambahan usaha dagang bibit tanaman dan pupuk kandang pasca pandemi Covid-19.¹⁴

Berdasarkan observasi awal yang Peneliti lakukan, menurut pengakuan salah seorang penjual pupuk kandang yang beralamat di jalan RTA Milono Km 8,5 Kota Palangka Raya, beliau bisa menjual 20-30 bungkus pupuk kandang kemasan berukuran sedang, dari yang biasanya hanya menjual 5-10 bungkus perhari sebelum terjadinya covid-19.¹⁵ Hal ini sangat jelas bahwa permintaan pupuk kandang di masa pandemi Covid-19 saat ini sangat menguntungkan dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19.

Di masa pandemi saat ini sangat tidak memungkinkan masyarakat untuk sering melakukan aktivitas di luar rumah, sehingga penjual pupuk kandang tidak hanya melakukan transaksi jual beli secara langsung, namun juga dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti Facebook dan Whatsapp, yang tentunya dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat yang membutuhkan.

¹³Riva Al Della, Devi Fitri Ramadhani, Elfrida Sinaga, Dkk, *Perubahan Kebiasaan Masyarakat Selama Pandemi Covid-19*, Vol. 1, No. 1, 2021, h. 250-251.

¹⁴Observasi Potensi ekonomi penjualan Pupuk Kandang di Kota Palangka Raya, 7 April 2021.

¹⁵Wawancara dengan YN di Palangka Raya, 07 April 2021.

Pupuk kandang merupakan solusi terbaik untuk menyuburkan tanaman di masa pandemi Covid-19, karena harganya yang tergolong lebih murah ketimbang pupuk anorganik, masyarakat juga dimudahkan dengan adanya transaksi melalui media sosial. Sehingga pupuk kandang ini sangat cocok untuk para masyarakat Kota Palangka Raya yang hobi bercocok tanam karena bosan tidak ada kegiatan selama pandemi Covid-19 mewabah,¹⁶ atau untuk mereka yang mencoba bisnis baru.¹⁷

Pengolahan kotoran hewan menjadi pupuk merupakan potensi yang bermanfaat dalam mengurangi kotoran hewan yang berbau tidak sedap menjadi produk bernilai tambah, baik untuk dipakai secara pribadi maupun dijual. Selain itu dapat membantu dalam menangani kenaikan harga pupuk yang membebani para petani. Jika dilihat dari sisi permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*), seharusnya pupuk kandang memiliki potensi ekonomi penjualan yang bagus. Data populasi ternak hewan di kota Palangka Raya pada tahun 2021 untuk jenis sapi berjumlah 1.486 ekor dan kambing berjumlah 1.685 ekor,¹⁸ sehingga *supply* pupuk kandang dapat dikatakan melimpah. Mengingat kotoran hewan adalah termasuk dalam kategori limbah, artinya zat ini tidak begitu diinginkan oleh masyarakat secara luas sehingga pemanfaatan dari hasil olahan kotoran hewan menjadi suatu zat yang bernilai ekonomi adalah hal yang positif.

¹⁶Wawancara dengan N di Palangka Raya, 19 Maret 2022.

¹⁷Wawancara dengan DW di Palangka Raya, 12 September 2021.

¹⁸Anandari, Grasela Novita Trifosa, Putri Ageng Prasetianingtiyas, *Provinsi Kalimantan Tengan dalam Angka*, Kalimantan Tengah: Badan Pusat Statistik Provinces Kalimantan Tengah, 2022, h. 481-483.

Dari sisi permintaan, akibat dampak covid-19 terjadi perubahan pola kehidupan di antaranya yang mempengaruhi hobi seseorang seperti bercocok tanam. Hasil observasi diperoleh data terjadinya peningkatan penjualan pupuk kandang setelah terjadinya covid-19.¹⁹ Pupuk kandang banyak dijual dalam bentuk karungan ataupun kemasan yang diberi merek untuk kemudian dipasarkan.²⁰

Berdasarkan paparan di atas, Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana potensi ekonomi penjualan pupuk kandang dan bagaimana Praktik penjualannya di Kota Palangka Raya di tengah mewabahnya pandemi Covid-19 melalui penelitian yang berjudul "**Potensi Ekonomi Penjualan Pupuk Kandang Pada Masa Pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya**"

B. Batasan Masalah

Melihat waktu dan juga kemampuan peneliti yang terbatas, peneliti membatasi masalah yang diteliti dengan hanya meneliti pupuk kandang jenis sapi dan kambing yang bermanfaat.

¹⁹Observasi Potensi ekonomi penjualan Pupuk Kandang di Kota Palangka Raya, 7 April 2021.

²⁰Barbara Gunawan. *Pendampingan produksi dan pemasaran limbah sapi di Nambangan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal. Vol. 3, No. 1, 2020, h. 104.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Peneliti tertarik untuk meneliti tentang:

1. Bagaimana praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya menurut Ekonomi Islam?
2. Bagaimana potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan Praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya menurut Ekonomi Islam.
2. Untuk mendeskripsikan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya.

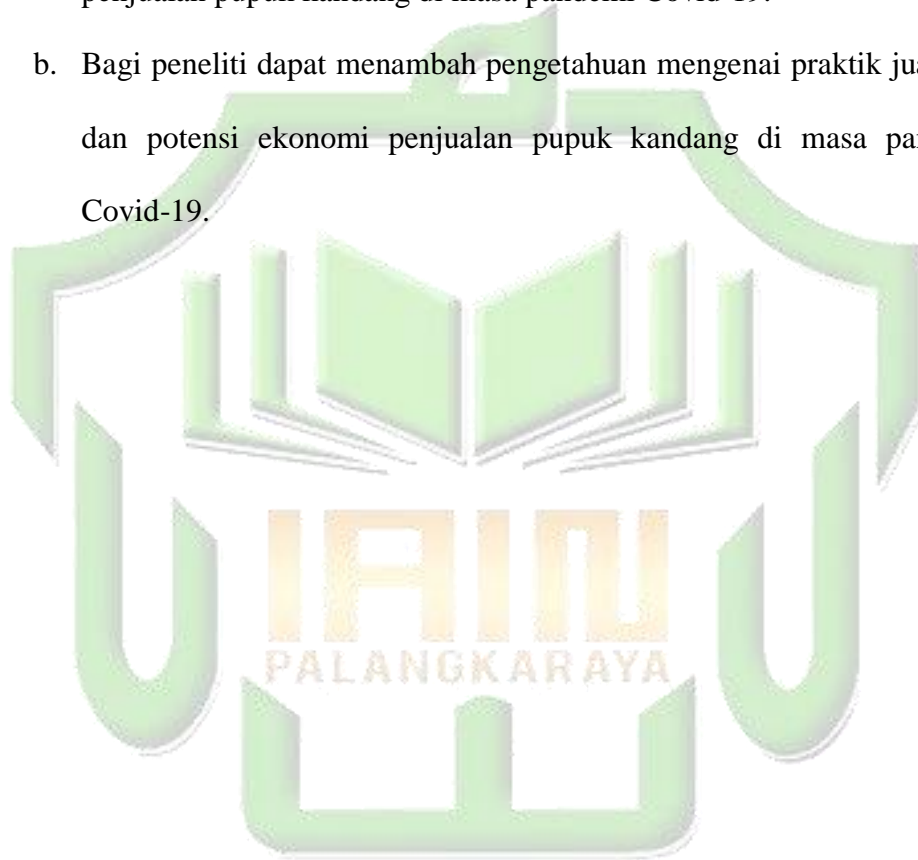
E. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis
 - a. memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi.
 - b. Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi Peneliti mengenai praktik jual beli dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang di masa pandemi Covid-19.

- c. Dapat bermanfaat sebagai bahan informasi, juga sebagai bahan *literature* atau bahan informasi ilmiah.

2. Praktis

- a. Bagi masyarakat, memberikan pengetahuan mengenai pengaruh pandemi Covid-19 terhadap praktik jual beli dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang di masa pandemi Covid-19.
- b. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan mengenai praktik jual beli dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang di masa pandemi Covid-19.





BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti dapat mengetahui apakah ada penelitian yang serupa dengan masalah yang diteliti atau belum, dengan melihat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari kesamaan dalam penelitian yang diteliti. Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan terdapat beberapa penelitian, yaitu:

Pertama, dilakukan oleh Pangat (skripsi) dengan judul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Pupung Kandang di Desa Langkan Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatra Selatan” Tahun 2018. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu, bagaimana mekanisme jual beli pupuk kandang di desa Langkan Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatra Selatan dan bagaimana tinjauan *Fiqh muamalah* terhadap jual beli pupuk kandang (kotoran ayam) di desa Langkan Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatra Selatan. Penelitian yang dilakukan oleh Pangat merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan pengumpulan data observasi, dokumentasi dan wawancara, dari hasil penelitian ini bahwa mekanisme jual beli pupuk kandang di desa Langkan dilakukan setiap saat sesuai dengan keperluan dari para petani, pembayaran dilakukan setelah pembeli mengambil pupuk tersebut sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Dalam transaksi jual beli pupuk

kandang di desa Langkan menggunakan akad Ijarah dan tidak ada unsur penipuan terhadap masyarakat, transaksi tersebut dibolehkan menurut *fiqh muamalah*.²¹

Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Pangat dengan yang dilakukan oleh Peneliti terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas tentang transaksi jual beli pupuk kandang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu mekanisme dan tinjauan fiqh muamalah pada Praktik jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.

Kedua, dilakukan oleh Sindi Firia Pratiwi (skripsi) dengan judul "Pemahaman Masyarakat Tentang Pupuk Kandang Studi kasus di Kampung Agung Timur Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah" Tahun 2019. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu, bagaimana pemahaman masyarakat tentang jual beli pupuk kandang di Kampung Agung Timur Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian yang dilakukan oleh Sindi Firia Pratiwi merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi, dari hasil penelitian ini bahwa di Kampung Agung Timur Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah masyarakat sudah memahami ketentuan hukum Islam mengenai jual beli pupuk kandang sesuai dengan teori hukum Islam, namun sebagian masyarakat cenderung memahami jual beli hanya semata-mata mencari keuntungan yang besar tanpa

²¹Pangat, *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Pupung Kandang di Desa Langkan Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatra*, Skripsi, Palembang: Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah, 2018.

memikirkan adanya pihak yang telah di rugikan. Masyarakat melakukan jual beli *tadlis* atau penipuan dengan memberikan campuran serbuk gergaji yang banyak sehingga bisa merugikan salah satu pihak.²²

Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Sindi Fitria Pratiwi dengan yang dilakukan oleh Peneliti terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas tentang transaksi jual beli pupuk kandang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang pemahaman masyarakat terhadap jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.

Ketiga, dilakukan oleh Candra Manurung (skripsi) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pupuk Kandang di Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan” Tahun 2019. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu, bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap Praktik jual beli pupuk kandang di Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan Sleman. Penelitian yang dilakukan oleh Candra Manurung merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi, dari hasil penelitian ini bahwa di Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan Sleman jual beli pupuk kandang dibolehkan (mubah) sebagaimana dalam kaidah fikih karena di Desa

²²Sindi Firia Pratiwi, *Pemahaman Masyarakat Tentang Pupuk Kandang Studi kasus di Kampung Agung Timur Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah*, Skripsi, Metro: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019.

Sembungan pupuk kandang menjadi hal yang berguna bagi penjual dan para petani untuk tanaman maupun bio gas.²³

Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Candra Manurung dengan yang dilakukan oleh Peneliti terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas tentang transaksi jual beli pupuk kandang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang tinjauan hukum Islam terhadap Praktik jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.

Keempat, dilakukan oleh Rawida Amelia Putri (skripsi) dengan judul “Pelaksanaan jual beli pupuk kandang ditinjau menurut Hukum Islam Studi Kasus Desa Muara Jalai Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar” Tahun 2018. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu, bagaimana pelaksanaan jual beli pupuk kandang di Desa Muara Jalai dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap jual beli pupuk kandang di Desa Muara Jalai. Penelitian yang dilakukan oleh Rawida Amelia Putri merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini bahwa pelaksanaan jual beli pupuk kandang di Desa Muara Jalai ialah dengan cara pembeli datang kepeternakan melakukan jual beli pupuk kandang dengan sistem *mut'ah*, dan tinjauan hukum Islam memperbolehkan jual beli pupuk kandang karena pupuk kandang menjadi hal yang bermanfaat untuk menyuburkan tanaman,

²³Candra Manurung, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pupuk Kandang di Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2019.

kebolehan jual beli pupuk kandang hanya sebagai pupuk, tidak untuk dimakan atau diminum.²⁴

Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Rawida Amelia Putri dengan yang dilakukan oleh Peneliti terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas tentang transaksi jual beli pupuk kandang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang pelaksanaan jual beli pupuk kandang dan tinjauan hukum Islam terhadap jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.

Kelima, dilakukan oleh Dewi Wijayanti (skripsi) dengan judul “Jual Beli Pupuk Kandang Dalam Perspektif *Maslahah dan Mursalah* Studi Kasus Rumah Produksi Pupuk Kandang Gemara Desa Babakan Kecamatan Bodeh Kabupaten Pematang Jaya Tahun 2019”. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu, bagaimana pelaksanaan jual beli pupuk kandang di Rumah Produksi Gemara di Desa Babakan dan bagaimana jual beli pupuk kandang dalam perspektif *Maslahah dan Mursalah*. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Wijayanti merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini bahwa pelaksanaan jual beli pupuk kandang di Rumah Produksi pupuk kandang Gemara Desa Babakan dilakukan dua akad yaitu dibayar secara tunai seharga Rp. 45.000 dan Rp. 55.000 untuk pembayaran yang ditunda selama 4 bulan. Jual beli pupuk kandang yang dilakukan di Rumah

²⁴Rawida Amelia Putri, *Pelaksanaan jual beli pupuk kandang ditinjau menurut Hukum Islam Studi Kasus Desa Muara Jalai Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar*, Skripsi, Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2018.

Produksi Desa Babakan berdasarkan *masalah dan mursalah* dibolehkan karena sebagai metode *istimbath* hukum tidak ada penegasan langsung menolak dari segi nash, Hadis dan Ijma'.²⁵

Keterkaitan antara penelitian yang dilakukan oleh Dewi Wijayanti dengan yang dilakukan oleh Peneliti terletak pada pembahasan yang sama-sama membahas tentang transaksi jual beli pupuk kandang. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang pelaksanaan jual beli pupuk kandang di Rumah Produksi Gemara dan jual beli pupuk kandang dalam perspektif *Maslahah dan Mursalah*, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Pangat, "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Pupung Kandang di Desa angkan Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatra Selatan"	Sama-sama membahas mengenai jual beli pupuk kandang.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu mekanisme dan tinjauan fiqh muamalah pada Praktik jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti

²⁵Dewi Wijayanti, *Jual Beli Pupuk Kandang Dalam Perspektif Maslahah dan Mursalah Studi Kasus Rumah Produksi Pupuk Kandang Gemara Desa Babakan Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang*, Skripsi, Pekalongan: Institut Agama Islam Pekalongan, 2019.

	Tahun 2018.		pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.
2.	Sindi Firia Pratiwi, “Pemahaman Masyarakat Tentang Pupuk Kandang Studi kasus diKampung Agung Timur Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah” Tahun 2019.	Sama-sama membahas mengenai jual beli pupuk kandang.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang pemahaman masyarakat terhadap jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.
3.	Candra Manurung, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pupuk Kandang di Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan” Tahun 2019.	Sama-sama membahas mengenai jual beli pupuk kandang.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang tinjauan hukum Islam terhadap Praktik jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.
4.	Rawida Amelia Putri, “Pelaksanaan jual beli pupuk	Sama-sama membahas mengenai jual beli pupuk kandang.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada

	<p>kandang ditinjau menurut Hukum Islam Studi Kasus Desa Muara Jalai Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar” Tahun 2018.</p>		<p>objek penelitiannya yaitu tentang pelaksanaan jual beli pupuk kandang dan tinjauan hukum Islam terhadap jual beli pupuk kandang, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.</p>
5.	<p>Dewi Wijayanti, “Jual Beli Pupuk Kandang Dalam Perspektif <i>Maslahah dan Mursalah</i> Studi Kasus Rumah Produksi Pupuk Kandang Gemara Desa Babakan Kecamatan Bodeh Kabupaten Pematang” Tahun 2019.</p>	<p>Sama-sama membahas mengenai jual beli pupuk kandang.</p>	<p>perbedaan penelitian ini dengan penelitian Peneliti terletak pada objek penelitiannya yaitu tentang pelaksanaan jual beli pupuk kandang di Rumah Produksi Gemara dan jual beli pupuk kandang dalam perspektif <i>Maslahah dan Mursalah</i>, sedangkan Peneliti pada potensi dan Praktik penjualan pupuk kandang.</p>

Sumber dibuat oleh peneliti, 2021.

B. Kajian Teoritis

1. Kerangka Teoritik

a. Potensi ekonomi penjualan

1) Potensi

Kata potensi berasal dari bahasa Inggris *to potent* yang berarti keras atau kuat.²⁶ Potensi secara istilah adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan.²⁷ Dalam kamus ilmiah, potensi diartikan sebagai kekuatan, kesanggupan, kemampuan, pengaruh, daya dan kefungsian.

Potensi merupakan suatu daya yang dimiliki oleh manusia. Akan tetapi, daya tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, yang menjadi tugas berikutnya bagi manusia yang berpotensi adalah bagaimana mendayagunakan potensi tersebut untuk meraih prestasi²⁸

Dapat dijelaskan bahwa potensi yaitu suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang yang dapat menghasilkan suatu hal yang sangat berharga untuk dikembangkan. Adapun potensi pasar (*Market Potential*) adalah ukuran atau nilai total pasar dalam rupiah, seandainya semua orang memiliki keterkaitan terhadap produk atau jasa yang memiliki daya beli, membeli

²⁶Ahmad Susanto, *Bimbingan dan Konseling*, Jakarta: Prenada Media Group, 2018, h. 5.

²⁷Syahrul Aqmal Latif, Alfin el Fikri, *Super Spiritual Quotent*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017, h. 121.

²⁸Mochlisin, *Kewarganegaraan*, Jakarta: Interplus, 2007, h. 74.

produk atau jasa. Selain itu, potensi pasar adalah ungkapan mengenai peluang penjualan maksimum untuk produk jasa tertentu.²⁹ Berikut merupakan cara untuk mengenali suatu peluang:

- a) Peluang berbasis meniru, wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain dan terkadang melakukan sedikit inovasi pada produk. Misalnya: memulai usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang.
- b) Peluang berbasis alokatif, hal ini terjadi ketika ada ketidaksesuaian penawaran dan permintaan, sumber daya yang langka di daerah-daerah tertentu, atau demografi perubahan memerlukan produk tertentu dan layanan untuk memenuhi kebutuhan yang muncul.
- c) Peluang berbasis penemuan, peluang ini dapat dilihat ketika adanya perubahan teknologi, peraturan, kondisi ekonomi, dan kebutuhan konsumen. Sebenarnya kebutuhan akan suatu produk tersebut sudah ada, hanya saja belum ada pelaku usaha yang menyadarinya.
- d) Peluang berbasis penciptaan, peluang baru muncul dapat melalui entrepreneur yang memiliki pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. Penciptaan peluang adalah proses dimana seorang pengusaha dapat belajar apa yang

²⁹ Ahmad Soleh, *Strategi Pengembangan Potensi Desa*, Vol. 5, No. 1, 2017, h. 36-38.

berhasil dan apa yang tidak berhasil seperti proses pengembangan suatu usaha yang sedang berlangsung. Proses penciptaan atau yang disebut proses inovasi dan kreasi yang diawali dengan tehnik produksi baru, mencari bahan baku baru, organisasi usaha baru, dan metode pemasaran baru.³⁰

Secara garis besar potensi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu;

- e) Potensi Fisik, Potensi fisik adalah potensi yang berkaitan dengan sumber daya alam yang ada berupa:
- (1) Tanah mencakup berbagai macam kandungan kekayaan yang terdapat di dalamnya.
 - (2) Air, pada umumnya desa memiliki potensi air yang bersih dan melimpah. Dari dalam tanah, air diperoleh melalui penimbaan, pemompaan, atau mata air. berfungsi sebagai pendukung kehidupan manusia. Air sangat dibutuhkan oleh setiap makhluk hidup untuk bertahan hidup dan juga aktivitas sehari-hari.
 - (3) Iklim sangat erat kaitannya dengan temperatur dan curah hujan yang sangat mempengaruhi setiap daerah. Pada ketinggian tertentu, suatu desa menjadi maju karena kecocokan iklimnya bagi pengembangan tanaman dan pemanfaatan tertentu.

³⁰Lidya Rosa, *Pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pedagang Tanaman Hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Mrawa*, Skripsi, Universitas Sumatra Utara, 2017.

- (4) Lingkungan geografis, seperti letak desa secara geografis, luas wilayah, jenis tanah, tingkat kesuburan, sumber daya alam, dan penggunaan lahan.
- (5) Ternak berfungsi sebagai sumber tenaga dan sumber gizi bagi masyarakat pedesaan. pada desa agraris ternak juga dapat menjadi investasi dan sumber pupuk.
- (6) Manusia merupakan sumber tenaga dalam proses pengolahan lahan petani, sehingga manusia sebagai potensi yang sangat berharga bagi suatu wilayah untuk mengelolah sumber daya alam yang ada. Tingkat pendidikan, ketrampilan dan semangat hidup masyarakat.
- f) Potensi Nonfisik, Potensi non fisik adalah segala potensi yang berkaitan dengan masyarakat dan tata perilakunya. Adapun potensi non fisik tersebut antara lain:
- (1) Masyarakat cirinya memiliki semangat kegotongroyongan yang tinggi dalam ikatan kekeluargaan yang erat (*gemeinschaft*) merupakan landasan yang kokoh bagi kelangsungan program pembangunan dan merupakan kekuatan dalam membangun pedesaan.
- (2) Lembaga dan Organisasi Sosial, lembaga atau organisasi sosial merupakan suatu badan perkumpulan

yang membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

(3) Aparatur dan pamong desa merupakan sarana pendukung kelancaran dan ketertiban pemerintahan. peranannya sangat penting bagi perubahan dan tingkat perkembangan.³¹

2) Penjualan

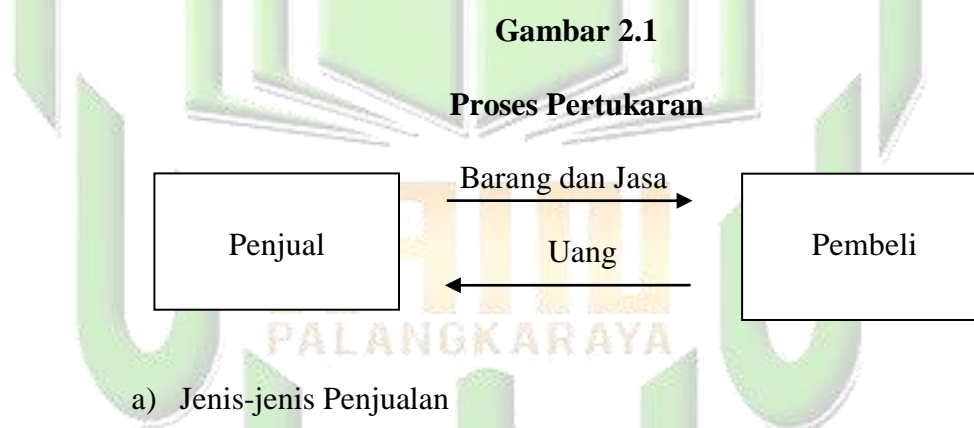
Kadang-kadang orang salah pengertian tentang istilah penjualan yang dianggap sama dengan istilah pemasaran. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Jadi jelas bahwa penjualan itu hanya merupakan satu kegiatan saja di dalam pemasaran.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat

³¹ Ahmad Soleh, *Strategi Pengembangan Potensi Desa*, Vol. 5, No. 1, 2017, h. 37-38.

mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda.³²

Adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli. Di dalam perekonomian, seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi keinginannya, dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Jarak yang jauh tidak menjadi masalah bagi penjual. Secara sederhana, transaksi penjualan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dapat dilihat sebagai proses pertukaran pada gambar dibawah.



a) Jenis-jenis Penjualan

- (1) Penjualan langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- (2) Penjualan tidak langsung, yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan

³²Winardi, *Kamus Ekonomi*, Bandung: Alumni, 1982, h. 97.

media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.

b) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Dalam Praktik, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

(1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

(a) Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.

(b) Harga produk.

(c) Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

(2) Kondisi Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula

mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah:

- (a) Jenis pasarnya.
- (b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- (c) Daya belinya.
- (d) Frekuensi pembelian.
- (e) Keinginan dan kebutuhan.

(3) Modal, Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu. Seperti usaha promosi membutuhkan duta penjualan dimana duta penjualan bertugas untuk menjalin hubungan dengan pelanggan serta menimbulkan perasaan senang dalam diri pelanggan, karena dengan itu peluang untuk mencapai

keberhasilan dalam menjual akan semakin meningkat.³³

(4) Kondisi Organisasi Perusahaan. Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

(5) Faktor lain. Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan

³³Robin Lent dan Genevieve Tour, *88 Strategi Penjualan Eksklusif*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, h. 5.

bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.³⁴

c) Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:

(1) Kualitas barang.

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

(2) Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

(3) Servis terhadap pelanggan

³⁴Mukhlisatul Jannah, *Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Tingkat Pejualan Terhadap Laba Kotor*, Vol. 4, No. 1, 2018, h. 95-97.

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam. Dengan adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam Islam dijelaskan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan harus jujur.

(4) Persaingan menurunkan harga jual

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

b. Jual Beli

1) Pengertian Jual Beli

Jual beli menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Secara terminologi, jual beli adalah transaksi tukar menukar yang berkonsekuensi beralihnya hak kepemilikan, dan hal itu dapat terlaksana dengan akad, baik berupa ucapan maupun perbuatan.³⁵ Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-syira* (beli). Dengan

³⁵Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, Jakarta; Prenadamedia, 2018, h. 4.

demikian, kata *al-bai'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli. Menurut bahasa, jual beli berarti menukarkan sesuatu dengan sesuatu.³⁶ Sebagian ulama lain memberi pengertian:

a) Ulama Sayyid Sabiq

Ia mendefinisikan bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan harta secara suka rela (tanpa paksaan) atau perpindahan kepemilikan dengan ganti yang disetujui.³⁷

b) Ulama hanafiyah

Ia mendefinisikan bahwa jual beli adalah saling tukar harta dengan harta lain melalui cara yang khusus. Yang dimaksud ulama Hanafiyah dengan kata-kata tersebut adalah melalui ijab kabul, atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli.³⁸

c) Ulama Ibnu Qudamah

Kata jual berarti menukar barang dengan barang untuk menjadi milik pribadi dan terjadi pemindahan kepemilikan.³⁹ Dalam definisi ini ditekankan kata milik dan pemilikan, karena ada juga tukar menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki seperti sewa menyewa.⁴⁰

³⁶Shobirin, *Jual Beli dalam Pandangan Islam*, Vol. 3, No. 2, 2015, h. 240-241.

³⁷Syaikh Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009, h. 750.

³⁸Gibtiah, *Fikih Kontemporer*, Jakarta: Kencana, 2016, h. 119.

³⁹Ibnu Qudamah, *Al Mughni 5*, t.dt, h. 293.

⁴⁰Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2004, h. 73.

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai, dan dilakukan secara *ridha* di antara kedua belah pihak, sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'*.

2) Dasar Hukum Jual Beli

a) Al-Qur'an

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah An-Nisaa: 29.

لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu”⁴¹

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 275.

وَاحِلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”⁴²

Berdasarkan dalil di atas, penghalalan jual beli mengandung dua makna. Pertama, Allah menghalalkan setiap jual beli yang diadakan oleh dua pelaku jual beli yang sah tindakannya dalam melakukan jual beli dengan disertai sikap saling rela dari keduanya. Dan yang kedua, Allah menghalalkan jual beli termasuk jual beli yang tidak dilarang

⁴¹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an*, Bandung, 2019.

⁴²Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an*, Bandung, 2019.

oleh Rasulullah, mengenai hal-hal yang dihalalkan dan diharamkan.⁴³

b) Hadis

عَنْ رِفَاعَةَ ابْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: { عَمَلُ الرَّحْلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ } رَوَاهَا الْبَزَّازُ، وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

Artinya: *Dari Rifa'ah bin Rafi' r.a., Nabi saw. Pernah ditanya, "pekerjaan apakah yang paling baik?" Beliau bersabda, "pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang baik." (HR. Al-Bazzar, dan dinilai sahih oleh Al-Hakim).*⁴⁴

Hadis ini menjelaskan, pekerjaan dengan mengandalkan keterampilan dan kemampuan yang dimiliki termasuk produksi. Didahulukannya usaha dengan tangannya sendiri dari jual beli yang baik pada hadis di atas, menunjukkan bahwa usaha atau produksi dengan mengandalkan kemampuan sendiri itulah yang paling utama. Mencari rizki dalam bidang ekonomi mencakup semua pekerjaan yang dilakukan manusia untuk

⁴³Imam Asy-Syafi'i, *Al Umm* 5, Jakarta: Pustaka Azzam, 2014, h. 352.

⁴⁴Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Terjemahan Lengkap Bulughul Maram*, Jakarta: Akbar Media, 2012, h. 203.

memenuhi kebutuhan hidupnya mulai dari bertani, berindustri, usaha jasa, dan lain sebagainya.⁴⁵

c) *Ijma'*

Para ulama sepakat seseorang yang menjual sesuatu yang jelas dan ada dihadapan dengan harga yang jelas, kedua belah pihak telah mengetahui barang yang dijual belikan, keduanya boleh melanjutkan transaksi tersebut dan hukumnya sah.⁴⁶

3) Rukun Jual Beli

Rukun adalah sesuatu yang wajib ada dalam suatu transaksi, misalnya ada penjual dan pembeli.⁴⁷ Adapun rukun jual beli yaitu:

- a) Penjual, hendaklah dia pemilik yang sempurna dari barang yang dijual atau orang yang mendapat izin menjualnya.
- b) Pembeli, hendaklah dia termasuk golongan orang yang diperbolehkan oleh *syara'*

⁴⁵Isnaini Harahap, Yenni Samri Juliati Nasution, Marliyah, dkk, *Hadis-hadis Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2017, h. 54.

⁴⁶Al-Hafizh, Al-Faqih, Ibnul Mundzir An-Naisaburi, *Al-Ijma'*, Jakarta: Akbar Media, 2021, h. 120.

⁴⁷Dhody Ananta Rivandi Widjajaatmadja, Cucu Solihah, *Akad Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah dalam Bentuk Akta Otentik*, Malang: Inteligencia Media, 2019, h. 99.

- c) Barang atau jasa, hendaklah termasuk barang yang dibolehkan, suci/bermanfaat, dapat diserahkan kepada pembelinya dan kondisinya diberitahukan kepada pembeli.
- d) Ijab kabul, misalnya pembeli berkata, “juallah barang ini kepadaku.” Penjual berkata, “aku jual barang ini kepadamu.” Atau dengan sikap yang mengisyaratkan kalimat transaksi. Misalnya pembeli berkata, “jual lah pakaian ini kepadaku.” Kemudian penjual memberikan pakaian tersebut kepadanya.
- e) Adanya *keridhaan* antara kedua belah pihak, tidak sah jual beli yang dilakukan tanpa ada keridhaan kedua belah pihak.⁴⁸

4) Syarat Jual Beli

Syarat adalah suatu unsur yang harus ada di dalamnya. Jika ia tidak ada, maka perbuatan tersebut dipandang tidak sah. Misalnya; suka sama suka merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Namun, apabila unsur suka sama suka tidak ada, jual beli tidak sah menurut hukum. Syarat-syarat sahnya jual beli adalah sebagai berikut :

- a) Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah *baligh* dan berakal. Minimal sudah *mumayyiz* (dapat membedakan antara yang baik dan yang buruk). Anak-anak yang sudah *mumayyiz* boleh melakukan jual beli. Misalnya, jual beli kue-kue, buku tulis, pensil, sabun, dan lain-lain. Namun demikian, sesuatu

⁴⁸Syaikh Abu Bakar Jabir Al-Jaza'iri, *Minnajul Muslim*, Jakarta: Darul Haq, 1998, h. 636.

yang harganya mahal, anak-anak tidak sah jual belinya kecuali atas izin orang tua atau pengampunya. Misalnya, jual beli rumah, mobil, tanah pekarangan dan lain-lain.

- b) Atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan orang lain. Misalnya, jika seorang penjual memaksa orang lain untuk membeli barang dagangannya dengan ancaman senjata tajam atau lainnya, maka tidak sah jual belinya.
- c) Penjual dan pembeli haruslah minimal 2 (dua) orang.
- d) Barang yang dijual haruslah milik sempurna (milik sendiri). Tidak sah jual beli barang yang dijual bukan miliknya sendiri tetapi milik orang lain kecuali ada pendelegasian hak dengan memberikan kuasa kepadanya.
- e) Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan.
- f) Barang yang dijual harus suci/bermanfaat. Tidak sah jual beli sesuatu yang haram. Misalnya, jual beli babi, bangkai, minuman keras, ganja dan lain-lain. Sesuatu yang dapat dimanfaatkan, boleh diperjual belikan. Misalnya, jual beli pupuk kandang untuk pupuk tanaman, bangkai hewan (hewan yang mati tidak disembelih) untuk Praktik kedokteran dan lain-lain.

- g) Barang yang diperjual belikan harus diperoleh dengan cara yang halal. Tidak sah jual beli barang hasil rampokan, pencurian, korupsi dan lain-lain.⁴⁹

5) Macam-macam Jual Beli

Macam-macam Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi, yaitu:

- a) Di tinjau dari segi hukumnya jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan jual beli batal menurut hukum.

(1) Jual beli *sahih*. Apabila jual beli itu disyari'atkan, memenuhi rukun atau syarat yang ditentukan, barang itu bukan milik orang lain, dan tidak terikat dengan khiyar.

(2) Jual beli yang batal. Apabila pada jual beli itu salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau pada dasarnya dan sifatnya tidak disyari'atkan, maka jual beli itu batal.

- b) Ditinjau dari segi obyek jual beli, jual beli dapat dibagi menjadi tiga bentuk:

(1) Jual beli benda yang kelihatan. Jual beli benda yang kelihatan adalah pada waktu melakukan jual beli, benda atau barang yang diperjual belikan ada di depan penjual dan boleh dilakukan.

(2) Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian

⁴⁹Siti Mujiatun, *Jual Beli Perspektif Islam*, Jurnal Vol. 13, No. 12, 2013, h. 205-206.

ialah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah bentuk jual beli yang tidak tunai maksudnya adalah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu sebagai imbalan harga yang ditentukan pada waktu aqad.

(3) Jual beli benda yang tidak ada. Jual-beli benda yang tidak ada tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.

c) Ditinjau dari segi pelaku aqad (subjek), terbagi menjadi tiga bagian yaitu:

(1) Dengan lisan. Aqad jual yang dilakukan dengan lisan adalah yang dilakukan kebanyakan orang, bagi orang bisu dilakukan dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak.

(2) Penyampaian aqad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan atau surat menyurat sama halnya dengan ijab kabul dengan ucapan misalnya melalui via pos, jual beli ini diperbolehkan oleh syara'.

(3) Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *muthah* yaitu mengambil dan

memberikan barang tanpa ijab kabul, adanya perbuatan memberi dan menerima dari para pihak yang telah saling memahami perbuatan perikatan tersebut dan segala akibat hukumnya seperti seseorang mengambil rokok yang sudah ada bandrol harganya dan kemudian diberikan kepada penjual uang pembayarannya.⁵⁰

c. Pemasaran

1) Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dalam kebutuhan konsumen. Suatu siklus akan berakhir apabila konsumen merasa puas terhadap pemilihan suatu barang atau jasa. Siklus ini akan terulang secara berulang-ulang atau terus-menerus, kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen apabila menginginkan usahanya berjalan terus menerus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaannya. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan

⁵⁰Candra Manurung, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pupuk Kandang i Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan*, Sekripsi Universitas Islam Indonesia, 2019, h. 21-24.

mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai.

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Dasar pemikiran dimulai dengan adanya kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*).⁵¹

Definisi pemasaran yang dimaksud yaitu pemasaran adalah suatu rangkaian kegiatan berupa menjalankan fungsi-fungsi pemasaran (kegiatan pemasaran) yang sesuai permintaan pasar untuk menyediakan dan menyampaikan (mendistribusikan) barang atau jasa yang tepat dari titik produsen ataupun pemasar kepada orang-orang (konsumen) yang tepat. Dengan demikian, semua pihak akan mendapatkan haknya, yaitu keuntungan (bagi produsen dan pedagang perantara), dan kepuasan (bagi konsumen).⁵²

2) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing

⁵¹Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, tdt, h. 1-2.

⁵²Ibid, h. 10.

tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁵³ Sedangkan strategi pemasaran menurut Swasta adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli. Dari penjelasan di atas dapat difahami bahwa strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran.

Bagaimana perusahaan itu agar dapat mempengaruhi konsumen merupakan hal yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 7 macam yaitu:

- a) Produk (*Product*) Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun nonfisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, Konsumen memandang produk sebagai ikatan atau manfaat yang kompleks yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen sebaik-baiknya. Perencanaan sebuah produk juga meliputi aktivitas-aktivitas tertentu yang dilaksanakan dengan produk, seperti halnya mengidentifikasi

⁵³Tri Weda Raharja, Herukkmi Septa Rinawati, *Penguata Setrategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019, h. 40.

suatu produk untuk membedakan dengan produk yang lain dengan jalan memberikan merek, serta ciri khas dari produk.

- b) Harga (*Price*), Harga merupakan salah satu elemen dari marketing mix yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya, Penentuan harga jual merupakan hal yang penting dalam kebijakan pemasaran. Tujuan penetapan harga yaitu untuk meningkatkan volume penjualan dalam memajukan dan mengembangkan perusahaannya, volume penjualan diusahakan terus meningkatkan dan dapat bertahan sehingga perusahaan tidak mengalami kemunduran, untuk mencapai laba maksimal Untuk mencapai laba maksimal berusaha memenuhi kepuasan konsumen dengan cara memberikan produk yang berkualitas baik sehingga konsumen merasa tidak kecewa dan kembali membeli produk tersebut.
- c) Promosi (*Promotion*) adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal yang sebelumnya tidak membeli menjadi membeli.
- d) Tempat (*Place*) Salah satu faktor penting dalam menentukan perusahaan adalah lokasi perusahaan tersebut, di mana lokasi perusahaan harus strategi dan dapat dijangkau oleh konsumen ,dan masuknya akses transportasi keperusahaan, Tempat bisa

diartikan sebagai pemilihan tempat usaha dan pemilihan tempat untuk pelayanan.⁵⁴

e) Personel (*people/personnel*), Personel adalah komitmen, insentif, penampilan, perilaku, kebiasaan dan apapun yang menempel pada pelanggan maupun karyawan perusahaan.

f) Proses (*process*), Proses adalah salah satu elemen inti, namun melihat korelasi yang penting maka elemen ditarik masuk menjadi salah satu bagian dalam marketing mix. Proses di sini mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan setiap konsumen, mulai dari konsumen memesan (*Order*) hingga mereka mendapatkan apa yang diinginkan.

g) Bukti fisik (*physical evidence*), Bukti fisik merupakan lingkungan, warna, tata letak dan fasilitas tambahan. Ini terkait dengan tampilan sebuah produk jasa yang ditawarkan. Terkait dengan *packaging* yang disajikan untuk menarik minat konsumen.⁵⁵

3) Teori permintaan

Secara ekonomi, permintaan (*demand*) dapat diartikan sebagai banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan

⁵⁴Icuk Rangga Bawono, Erwin Setyadi, *Potensi Desa di Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindi, 2019, h. 22-23.

⁵⁵Ida Farida dkk, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan Gojek Online*, Vol.1 , No.1 , 2016, h. 34.

tertentu dan dalam priode tertentu. Dengan kata lain, permintaan didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan dari barang dan jasa yang ingin dibeli atau diminta oleh konsumen dalam waktu tertentu pada berbagai macam tingkat harga.

Permintaan timbul akibat adanya kebutuhan seseorang terhadap barang tertentu, dalam konsep permintaan tersebut terdapat dua variabel yaitu variabel jumlah permintaan dan variabel tingkat harga.

Teori permintaan dapat dinyatakan dengan perbandingan lurus antara permintaan terhadap harganya yaitu apabila permintaan naik, maka harga relatif akan naik, sebaliknya bila permintaan turun, maka harga relatif akan turun. Permintaan seseorang dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen, cita rasa, iklim, dan jumlah penduduk.

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan “Hubungan barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya apabila harga turun maka jumlah barang akan meningkat.”⁵⁶

4) Pemasaran syari'ah

⁵⁶Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang: UNIMMA PREES, 2018, h. 42-44.

Dalam Islam, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *values* dari satu *inisiator* kepada *stakeholder*-nya. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam. Ini artinya bahwa Syari'ah marketing, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.

- a) Penampilan: tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas).
- b) Pelayanan: pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya memberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnya, pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya.
- c) Persuasi: menjahui sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.

- d) Pemuasan: hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna.

Ada karakteristik syari'ah marketing yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

- a) Kepercayaan (*rabbaniyah*) ini di maksudkan bahwa sumber utama etika dalam islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan.
- b) Jiwa seseorang Syari'ah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'ah yang bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling banyak mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.
- c) Etika (*akhlasiyyah*) Keistimewaan lain dari Syari'ah marketer selain karena kepercayaan (*rubbaniyyah*) juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlaq (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.⁵⁷

⁵⁷Nur Fadilah, Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah, Vol. 1, No. 2, 2020, h. 206-208.

d. Ekonomi Islam

Ekonomi berasal dari kata Yunani, yaitu *oikos* dan *nomos*. Kata *oikos* berarti rumah tangga (house hold), sedangkan kata *nomos* memiliki arti mengatur. Maka secara garis besar ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga, atau manajemen rumah tangga. Kenyataannya, ekonomi bukan hanya berarti rumah tangga suatu keluarga, melainkan bisa berarti ekonomi suatu desa, kota, dan bahkan suatu negara.⁵⁸ Sedangkan ekonomi Islam dapat diartikan sebagai cabang ilmu pengetahuan yang dapat membantu mewujudkan suatu kesejahteraan hidup melalui pengalokasian dan pendistribusian sumber daya alam yang langka sesuai ajaran Islam, tanpa mengabaikan kebebasan individual dan mengurangi terjadinya hubungan timbal balik guna menciptakan kondisi ekonomi yang semakin baik.⁵⁹

Menurut para ahli, ekonomi Islam memiliki pengertian yang berbedabeda diantara:

- 1) Menurut M. Akram Kan ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai

⁵⁸Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014, h. 2.

⁵⁹Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004, h.5.

dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi.

- 2) Menurut Umar Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.
- 3) Menurut Muhammad Baqir as-Sadr ekonomi Islam adalah sebuah ajaran dan bukan ilmu murni, karena apa yang terkandung dalam ekonomi Islam bertujuan memberikan sebuah solusi hidup yang paling baik, sedangkan ilmu ekonomi hanya akan mengantarkan kita kepada pemahaman bagaimana kegiatan ekonomi berjalan.⁶⁰
- 4) Menurut Kursyid Ahmad ekonomi Islam adalah sebuah usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara relasional dengan ekonomi perspektif Islam.
- 5) Menurut Munawar Iqbal ekonomi Islam adalah sebuah disiplin ilmu yang mempunyai akar dalam syariah Islam memandang wahyu sebagai sumber ilmu pengetahuan yang paling utama. Prinsip-prinsip dasar dicantumkan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis adalah batu ujian untuk menilai teori-teori baru berdasarkan

⁶⁰Adiwarman Dan Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2007, h. 4.

doktrin-doktrin ekonomi Islam. Dalam hal ini himpunan hadis merupakan sebuah buku sumber yang sangat berguna.⁶¹

Secara umum, ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai perilaku individu Muslim dalam menjalankan setiap aktivitas ekonomi syariahnya, yang harus sesuai dengan tuntunan syariat Islam, dalam rangka mewujudkan dan menjaga maqashid syariah, yaitu agama, jiwa, akal, nasab, dan harta.

Secara khusus, ekonomi Islam diartikan sebagai cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya alam yang langka, tanpa mengekang kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkesinambungan. Ilmu ekonomi Islam dapat dikatakan sebagai ilmu pengetahuan sosial, yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi Islam merupakan bagian dari tata kehidupan yang berdasarkan pada sumber hukum Islam.

Beberapa prinsip yang berlaku dalam ekonomi Islam adalah:

- 1) Tauhid, Tauhid adalah konsep yang menggambarkan hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Segala aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh seorang Muslim akan sangat terjaga, karena ia

⁶¹Suhrawardi dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012, h.1

merasa bahwa Allah SWT akan selalu melihat apa yang dilakukannya.

- 2) Keseimbangan (*equilibrium*), Islam sangat mendorong umatnya untuk mengutamakan ibadah. Bukan berarti seorang muslim dilarang untuk melakukan kegiatan diluar itu, aktivitas yang dilakukan harus seimbang dengan kegiatan ibadah sehingga tidak terlalu fokus pada aktivitas dunia hingga lalai melakukan ibadah.
- 3) Kebebasan yaitu prinsip yang mengantar manusia meyakini bahwa Allah SWT menganugrahkan kebebasan kepada manusia yang terbatas (*restricde freedom*).
- 4) Tanggung jawab, Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa peran ekonomi sangatlah penting sekali untuk mencapai kesejahteraan hidup masyarakat. Dengan kesejahteraan inilah seseorang banyak sekali berlomba-lomba untuk melakukan berbagai hal yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga melupakan yang haq dan yang batil. Maka dari itu ekonomi syariah sangat penting sekali menjadi pelopor untuk kesejahteraan.⁶²

⁶²Catharina Vista Okta Frida, *Ekonomi Syariah Pengantar Ekonomi Islam*, Jakarta: Garudhawaca, 2020, h. 4-5.

2. Kerangka Konseptual

a. Pupuk

Pupuk merupakan bahan yang ditambahkan manusia kedalam tanah untuk memenuhi kebutuhan tanaman dalam pertumbuhan dan berproduksi. Pupuk adalah bahan kimia atau organisme yang berperan dalam penyediaan unsur hara bagi keperluan tanaman secara langsung atau tidak langsung.⁶³

1) Pupuk Organik

Pupuk organik adalah pupuk yang berasal dari hewan (pupuk kandang) dan tumbuhan hijau (kompos). Manfaat pupuk organik terhadap tanah memperbaiki sifat fisik tanah seperti meningkatkan memegang air, penetrasi akar dan menstabilkan suhu tanah, memperbaiki sifat kimia tanah seperti meningkatkan kesediaan mineral, meningkatkan biologi tanah seperti merangsang aktifitas mikroba.

2) Pupuk Anorganik

Pupuk anorganik adalah pupuk buatan yang dibuat oleh pabrik, yang dibentuk dengan proses kimia. Unsur hara yang

⁶³Tioner Purba, Ringkop Situmeang, Hanif Fatur Rohman, dkk, *Pupuk dan Teknologi Pemupukan*, Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021, h. 3.

terkandung dalam pupuk buatan ini beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan tanaman.⁶⁴

b. Pupuk kandang

Pupuk kandang (pukan) didefinisikan sebagai semua produk buangan dari binatang yang dapat digunakan untuk menambah hara, memperbaiki sifat fisik, dan biologi tanah. Apabila dalam memelihara ternak tersebut diberi alas seperti sekam dan jerami, maka alas tersebut akan dicampur menjadi satu kesatuan dan disebut dengan pukan pula, baik cair maupun padat.

1) Pupuk kandang padat

Pupuk kandang (pukan) yaitu kotoran ternak yang berupa padatan baik sudah dikomposkan maupun belum dikomposkan sebagai sumber hara bagi tanaman.

2) Pupuk kandang cair

Pupuk kandang (pukan) cair merupakan pukan berbentuk cair berasal dari kotoran hewan yang dilarutkan kedalam air dalam perbandingan tertentu.⁶⁵

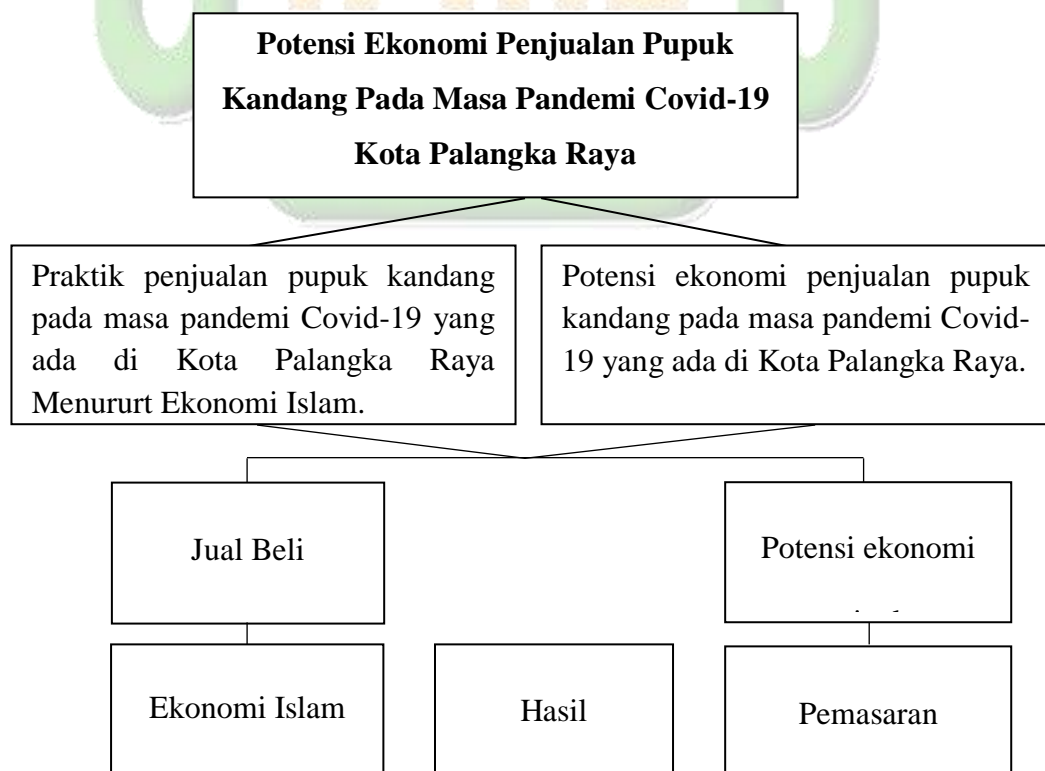
⁶⁴Khairunisa, *Pengaruh Pemberian Pupuk Organik, Anorganik, dan Kombinasiya Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Sawi*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

⁶⁵Wiwik Hartatik, Wildiwati, *Pupuk Kandang*, t.dt.

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Potensi Ekonomi Penjualan Pupuk Kandang Pada Masa Pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya”, praktik penjualan dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 menjadi permasalahan dalam penelitian ini, agar dalam penelitian ini dapat dikemukakan penelitian yang objektif maka peneliti membangun kerangka pemikiran sebagai dasar untuk berpikir dalam mengolah dan menganalisis permasalahan tersebut sehingga mendapatkan hasil yang diharapkan serta memberikan manfaat kepada setiap pihak yang terlibat. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir



Kesimpulan



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif ialah suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskripsi kata atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.⁶⁶ Menurut Prof. Burhan Bugin, pendekatan kualitatif adalah proses kerja penelitian yang sarannya terbatas, namun kedalaman datanya tak terbatas. Semakin dalam dan berkualitas data yang diperoleh atau dikumpulkan maka semakin berkualitas hasil penelitian tersebut.⁶⁷

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti berusaha untuk menggali informasi lebih dalam tentang praktik jual beli dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang di masa pandemi Covid-19.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif.

Menurut Meleong penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami sesuatu fenomena dalam konteks sosial

⁶⁶Ibrahi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 52.

⁶⁷Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 108.

secara ilmiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.⁶⁸

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dilakukan selama kurang lebih dua bulan setelah seminar proposal skripsi dilaksanakan, dan dinyatakan dapat diterima dan dapat dilanjutkan oleh tim penguji seminar proposal skripsi.

Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya. Peneliti memilih Kota Palangka Raya sebagai tempat penelitian, karena tempatnya yang strategis dan mudah untuk dijangkau. Di sana terdapat transaksi jual beli pupuk kandang yang menurut peneliti dapat dijadikan sebagai objek penelitian.

C. Objek dan subjek penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ialah sebuah persoalan atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian, yang kemudian hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah, sehingga objek dalam penelitian ini adalah potensi ekonomi penjualan pupuk kandang di masa pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya menurut Ekonomi Islam.⁶⁹

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Palangka Raya. Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik

⁶⁸Lexi Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, h. 7.

⁶⁹Muh. Fitrah, Luthfiah, *Metodologi Penelitian*, Jawa Barat: CV. Jejak, 2018, h. 152.

purposive sampling. Penentuan subjek secara purposive sampling dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu. Pengambilan sumber informasi didasarkan pada maksud yang telah ditetapkan sebelumnya.⁷⁰

Peneliti mempunyai pendapat pribadi dalam memilih individu-individu yang akan menjadi subjek. Dengan ini peneliti menarik masyarakat Kota Palangka Raya sebagai subjek penelitian dengan karakteristik yaitu beragama Islam, memiliki usaha pupuk kandang jenis sapi dan kambing dalam bentuk kemasan minimal lama usaha lima tahun. Alasan mengambil karakteristik tersebut, karena menurut pengamatan peneliti sudah dapat menilai Praktik dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi yang ada di Kota Palangka Raya menurut Ekonomi Islam.

D. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti dari sumbernya tanpa adanya perantara.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

⁷⁰Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014, h. 370.

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data, dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk data yang dibutuhkan dengan perencanaan yang sistematis. Metode observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara pengamatan langsung tempat dimana jual beli pupuk kandang dilakukan.

Teknik pengumpulan data observasi bertujuan untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian, yakni melihat praktik jual beli yang digunakan dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan yang langsung direncanakan antara pewawancara dan yang diwawancarai untuk memberi atau menerima informasi tertentu.⁷¹

Wawancara dilakukan di Kota Palangka Raya, sedangkan yang diwawancarai adalah subjek dari penelitian ini. Teknik wawancara yang digunakan ialah wawancara terstruktur (*structured interview*). Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

Alasan peneliti menggunakan teknik wawancara guna mendapatkan informasi dari responden agar dengan mudah menggambarkan dan

⁷¹Mamik, *Metode Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015, h. 108.

menjawab rumusan yang ada dalam penelitian ini, yakni dengan mencari informasi tentang praktik jual beli dan potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik.⁷²

Tehnik ini peneliti gunakan untuk memperoleh data terkait subjek penelitian dan untuk memperoleh data terkait gambaran tempat penelitian dan hal lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Pengabsahan Data

Data yang baik dan benar akan menentukan hasil suatu penelitian. Dalam menguji keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi merupakan usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi bias sebanyak mungkin yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Sedangkan menurut Moleong, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian.⁷³ Secara sederhana, triangulasi adalah teknik untuk mendapatkan data dan informasi yang benar menggunakan berbagai metode.

⁷²Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 137.

⁷³Firdaus dan Fakri Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, h. 107.

Untuk mendapatkan keabsahan informasi dapat menggunakan berbagai macam teknik seperti teknik triangulasi sumber, teknik triangulasi waktu, teknik triangulasi teori, teknik triangulasi peneliti, dan teknik triangulasi metode.⁷⁴

Adapun untuk mencapai tingkat kepercayaan data dan informasi yang tinggi, maka yang dapat ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan atau observasi lapangan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan informasi yang diberikan di depan umum, dengan informasi yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.⁷⁵

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan kembali tingkat kesahihan data dengan informasi data yang telah diambil dari berbagai sumber berbeda, seperti halnya membandingkan antara hasil wawancara dengan observasi, antara informasi yang disampaikan dihadapan umum dengan yang disampaikan secara pribadi.⁷⁶

F. Tehnik Analisis Data

⁷⁴Ibid, h. 110.

⁷⁵Ibid, h. 108.

⁷⁶Ibid, h. 111.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan semuanya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Menurut Milles dan Huberman tahapan analisis data adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

Peneliti mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi di lapangan. Dengan demikian data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari temanya dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya.

3. Penyajian Data

Penyajian data yaitu dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan demikian, dapat memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang sudah dipahami.⁷⁷

⁷⁷Ibid, h. 247-253.

4. Data *Conclusion* (menarik kesimpulan dan Verifikasi)

Data *Conclusion* (menarik kesimpulan dan Verifikasi), yaitu melakukan analisis data dengan melihat kembali pada reduksi data dan penyajian data sehingga kesimpulan yang disimpulkan dari pengumpulan dan pengamatan tidak menyimpang dari data yang dianalisis.⁷⁸

G. Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian ini bertujuan untuk mengarah dan memperjelas secara garis besar dari masing-masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunan. Setiap masing-masing bab menampilkan karakteristik yang berbeda namun dalam satu kesatuan yang tak terpisah.

Adapun sistematika Penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN, yang terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, Kajian teoritis dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN, menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, objek dan subjek penelitian, tehnik pengumpulan data, pengabsahan data, teknik analisis data, dan sistematika Penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA, yang mencakup dari gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

⁷⁸Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: UNEVERSITAS INDONESIA PRESS, 1999, H. 19.

BAB V KESIMPULAN, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kota Palangka Raya

Terbentuknya Provinsi Kalimantan Tengah melalui proses yang cukup panjang, sehingga mencapai puncaknya pada tanggal 23 Mei 1957 dan dikuatkan dengan Undang-Undang Darurat Nomor 10 tahun 1957, yaitu tentang Pembentukan Daerah Swatantra Tingkat I Kalimantan Tengah. Sejak saat itu Provinsi Kalimantan Tengah resmi sebagai daerah otonom, sekaligus sebagai hari jadi Provinsi Kalimantan Tengah, sedangkan tiang pertama Pembangunan Kota Palangka Raya dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia Soekarno pada tanggal 17 Juli 1957 dengan ditandai peresmian Monumen/Tugu Ibu Kota Provinsi Kalimantan Tengah di Pahandut yang mempunyai makna:

- a. Angka 17 melambangkan hikmah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia.
- b. Tugu Api berarti api tak kunjung padam, semangat kemerdekaan dan membangun.
- c. Pilar yang berjumlah 17 berarti senjata untuk berperang.
- d. Segi Lima Bentuk Tugu melambangkan Pancasila mengandung makna Ketuhanan Yang Maha Esa. Kemudian berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958 Ibu Kota Provinsi yang dulunya Pahandut berganti nama dengan Palangka Raya.

Sejarah pembentukan Pemerintahan Kota Palangka Raya merupakan bagian integrasi dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-Undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pembentukan Daerah Swatantra Provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958, Partemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) kabupaten dan Palangka Raya sebagai ibukotanya. Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 dan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia tanggal 22 Desember 1959 Nomor : Des. 52/1212-206, maka ditetapkanlah pemindahan tempat dan kedudukan Pemerintah Daerah Kalimantan Tengah dari Banjarmasin ke Palangka Raya terhitung tanggal 20 Desember 1959. Selanjutnya, Kecamatan Kahayan Tengah yang berkedudukan di Pahandut secara bertahap mengalami perubahan dengan mendapat tambahan tugas dan fungsinya, antara lain mempersiapkan Kotapraja Palangka Raya. Kahayan Tengah ini dipimpin oleh Asisten Wedana, yang pada waktu itu dijabat oleh J.M. Nahan.

Peningkatan secara bertahap Kecamatan Kahayan Tengah tersebut, lebih nyata lagi setelah dilantiknya Bapak Tjilik Riwut sebagai Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah pada tanggal 23 Desember

1959 oleh Menteri Dalam Negeri, dan Kecamatan Kahayan Tengah di Pahandut dipindahkan ke Bukit Rawi.

Pada tanggal 11 Mei 1960, dibentuk Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Kota Palangka Raya, yang dipimpin oleh J.M. Nahan. Selanjutnya sejak tanggal 20 Juni 1962 Kecamatan Khusus Persiapan Kotapraja Kota Palangka Raya dipimpin oleh W. Coenrad dengan sebutan Kepala Pemerintahan Kotapraja Administratif Kota Palangka Raya.

Perubahan, peningkatan dan pembentukan yang dilaksanakan untuk kelengkapan Kotapraja Administratif Kota Palangka Raya dengan membentuk 3 (tiga) Kecamatan, yaitu:

- a. Kecamatan Palangka di Pahandut
- b. Kecamatan Bukit Batu di Tangkiling
- c. Kecamatan Petuk Ketimpun di Marang Ngandurung Langit

Kemudian pada awal tahun 1964, Kecamatan Palangka di Pahandut dipecah menjadi 2 (dua) Kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Pahandut di Pahandut
- 2) Kecamatan Palangka di Palangka Raya⁷⁹

2. Visi dan Misi

Visi Kota Palangka Raya adalah *“Terwujudnya Kota Palangka Raya yang Maju, Rukun, dan Sejahtera Untuk semua”*, sedangkan misi Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut:

⁷⁹<https://palangkaraya.go.id/selayang-padang/sejarah-palangka-raya/>, Diakses pada 23 Maret 2022, Pukul 12:20 WIB.

- a. Mewujudkan kemajuan Kota Palangka Raya Smart Environment (lingkungan cerdas) meliputi Pembangunan Infrastruktur, teknologi informasi, pengelolaan sektor energi, pengelolaan air, lahan, pengelolaan limbah, manajemen bangunan dan tata ruang, transportasi.
- b. Mewujudkan kerukunan seluruh elemen masyarakat smart society (masyarakat cerdas) meliputi pengembangan kesehatan, pendidikan, kepemudaan, layanan publik, kerukunan dan keamanan.
- c. Mewujudkan kesejahteraan masyarakat kota palangka raya smart economy (ekonomi cerdas) meliputi pengembangan industri, usaha kecil dan menengah, pariwisata, dan perbankan.⁸⁰

3. Letak Geografis

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30' - 114°07' Bujur Timur dan 1°35' - 2°24' Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi, Kota Palangka Raya, berbatasan dengan wilayah berikut:

Sebelah Utara : Dengan Kabupaten Gunung Mas

Sebelah Timur : Dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Selatan : Dengan Kabupaten Pulang Pisau

Sebelah Barat : Dengan Kabupaten Katingan

⁸⁰<https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/visi-misi/>, Diakses pada 23 Maret 2022. Pukul 14:40 WIB.

Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sabangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit dengan luas masing-masing 119,37 Km², 641,51 Km², 387,53 Km², 603,16 Km² dan 1.101,95 Km².⁸¹

B. Penyajian Data

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini tentang Potensi Ekonomi Penjualan Pupuk Kandang pada masa Pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya, dalam wawancara Peneliti menanyakan berdasarkan format pedoman wawancara atau pertanyaan penelitian yang tersedia (terlampir), Selanjutnya oleh pihak yang diwawancara bahasa yang mereka gunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian antara lain dengan Bahasa Indonesia. Untuk penyajian hasil penelitian, Peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan Bahasa Indonesia, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh subjek dan informan.

Berikut ini Peneliti paparkan hasil wawancara dengan subjek penelitian yang ada di Palangka Raya:

1. Praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya

Berikut ini hasil wawancara bersama para penjual pupuk kandang Kota Palangka Raya yang Peneliti wawancara:

a. Subjek

⁸¹<https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/geografis/>, Diakses pada 23 Maret 2022. Pukul 15:05.

1) Subjek 1

Nama : YN

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan YN berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti bertanya mengenai bagaimana proses atau praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek YN menjawab “Saya jualan memanfaatkan media sosial seperti Facebook sama Whatsapp, apa lagi kan dipandemi ini orang susah keluar rumah. Untuk ongkos kirimnya sesuai jarak aja sih, biasa pembayarannya itu kalo barangnya udah sampai dirumah pembeli baru bayar, tapi kalo mau langsung kerumah juga bisa.”

Kemudian Peneliti bertanya di mana biasa transaksi jual beli dilakukan?

YN menjawab “Kalo mau tanya-tanya soal pupuk bisa lewat Facebook, sama Whatsapp, tapi kalo mau kerumah juga bisa.”

Peneliti juga bertanya apakah bapak/ibu pernah merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang?

Subjek YN menjawab “Kalo perselisihan Alhamdulillah nggak pernah, paling cuma seperti udah banyak nanya-nanya tapi gak jadi beli, tapi ya nggak apa-apa kan namanya juga jualan jadi wajar aja.”

Kemudian Peneliti bertanya apakah pernah terjadi perselisihan antara bapak/ibu dengan pembeli?

Subjek YN menjawab “Alhamdulillah nggak pernah merasa rugi sih selama jualan.”⁸²

2) Subjek 2

Nama : W

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan W berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti bertanya mengenai bagaimana proses atau praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek W menjawab “Biasa kalo mau beli ya langsung datang ketoko aja kecuali kalo pembeliannya banyak bisa lewat Whatsaap nanti diantar pake mobil.”

Kemudian Peneliti bertanya dimana biasa transaksi jual beli dilakukan?

W menjawab “Saya jualan disini aja gak pake media sosial.”

Peneliti juga bertanya apakah bapak/ibu pernah merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang?

Subjek W menjawab “Saya gak pernah merasa rugi malah untung.”

⁸²Wawancara dengan YN di Palangka Raya, 07 April 2021.

Kemudian Peneliti bertanya apakah pernah terjadi perselisihan antara bapak/ibu dengan pembeli?

Subjek W menjawab “Alhamdulillah gak pernah ada perselisihan soalnya kan udah liat langsung barangnya bagaimana.”⁸³

3) Subjek 3

Nama : S

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan S berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti bertanya mengenai bagaimana proses atau praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek S menjawab “Saya gak pake media sosial, kalo ada yang mau beli langsung datang ke toko aja”

Kemudian Peneliti bertanya dimana biasa transaksi jual beli dilakukan?

S menjawab “Ditoko aja, jadi bisa sekalian langsung liat kondisi pupuknya.”

Peneliti juga bertanya apakah bapak/ibu pernah merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang?

Subjek S menjawab “Menurut saya gak rugi sih jualan pupuk kandang, untung malah.”

⁸³Wawancara dengan W di Palangka Raya, 21 September 2021.

Kemudian Peneliti bertanya apakah pernah terjadi perselisihan antara bapak/ibu dengan pembeli?

Subjek S menjawab “Alhamdulillah gak pernah berselisih sama pembeli kan udah tau harga sama kualitasnya juga.”⁸⁴

4) Subjek 4

Nama : NH

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan NH berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti bertanya mengenai bagaimana proses atau praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek NH menjawab “Kalo mau beli langsung datang ketoko, kalo cocok ya langsung beli, saya kasih barangnya dia bayar sesuai harganya.”

Kemudian Peneliti bertanya dimana biasa transaksi jual beli dilakukan?

NH menjawab “Ditoko aja.”

Peneliti juga bertanya apakah bapak/ibu pernah merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang?

Subjek NH menjawab “Alhamdulillah gak pernah rugi.”

Kemudian Peneliti bertanya apakah pernah terjadi perselisihan antara bapak/ibu dengan pembeli?

⁸⁴Wawancara dengan S di Palangka Raya, 28 September 2021.

Subjek NH menjawab “Nggak pernah, kan pembeli udah tau barangnya sama harganya, sebelumnya sudah dikasih tau.”⁸⁵

5) Subjek 5

Nama : M

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan M berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti bertanya mengenai bagaimana proses atau praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek M menjawab “karena gak pake media sosial, jadi kalo mau beli ya datang aja ke toko. Kalo mau tanya-tanya juga bisa, kalo cocok kan bisa langsung beli”

Kemudian Peneliti bertanya dimana biasa transaksi jual beli dilakukan?

M menjawab “Ditoko aja.”

Peneliti juga bertanya apakah bapak/ibu pernah merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang?

Subjek M menjawab “Gak rugi sih kalo selama saya juala.”

Kemudian Peneliti bertanya apakah pernah terjadi perselisihan antara bapak/ibu dengan pembeli?

⁸⁵Wawancara dengan NH di Palangka Raya, 31 Maret 2022.

Subjek M menjawab “nggak pernah, kan udah di kasih tau juga harga sama barangnya waktu mau beli, kalo gak cocok ya gak dibeli.”⁸⁶

6) Subjek 6

Nama : RD

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan RD berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti bertanya mengenai bagaimana proses atau praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek RD menjawab “Kalo mau beli langsung datang ketoko, kalo cocok ya langsung beli.”

Kemudian Peneliti bertanya dimana biasa transaksi jual beli dilakukan?

RD menjawab “Langsung datang kesini (toko).”

Peneliti juga bertanya apakah bapak/ibu pernah merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang?

Subjek RD menjawab “Alhamdulillah gak rugi.”

Kemudian Peneliti bertanya apakah pernah terjadi perselisihan antara bapak/ibu dengan pembeli?

Subjek NH menjawab “Alhamdulillah gak pernah juga.”⁸⁷

⁸⁶Wawancara dengan M di Palangka Raya, 31 Maret 2022.

⁸⁷Wawancara dengan RD di Palangka Raya, 29 September 2021.

Berikut ini hasil wawancara bersama para pembeli pupuk kandang Kota Palangka Raya yang Peneliti wawancara:

a. Subjek

1) Subjek 1

Nama : B

Pekerjaan : Swasta

Berikut hasil wawancara dengan B berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Terkait dengan rumusan yang ke 1, Peneliti menanyakan mengenai dimana anda biasa membeli pupuk kandang?

Subjek B menjawab “Saya kalo belinya langsung ketokonya.”

Apakah pernah terjadi perselisihan antara anda dan penjual pupuk kandang?

Subjek B menjawab “gak ada perselisihan kan udah sepakat juga sebelumnya.”

Apakah anda pernah merasa dirugikan selama membeli pupuk kandang?

Subjek B menjawab “Kalo untuk rugi apa nggaknya saya gak pernah rugi sih.”

Bagaiman proses atau Praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek B menjawab “Biasanya prosesnya saya beli itu ya paling langsung datang ke tokonya aja, terus dikasih ya saya bayar udah gitu aja.”⁸⁸

2) Subjek 2

Nama : MY

Pekerjaan : Swasta

Berikut hasil wawancara dengan MY berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti menanyakan mengenai dimana anda biasa membeli pupuk kandang?

Subjek MY menjawab “Belinya ditoko bunga gak pernah beli *online*.”

Apakah pernah terjadi perselisihan antara anda dan penjual pupuk kandang?

Subjek MY menjawab “Kalo selisih nggak, kan kalo kita gak sepakat sama harganya gak usah dibeli kan bisa survei dulu oh ini mahal tapi kan kurang lebih sih mereka itu jualnya sama sih harganya jadi gak pernah ada perselisihan.”

Apakah anda pernah merasa dirugikan selama membeli pupuk kandang?

Subjek MY menjawab “Merasa dirugikan ya nggak.”

Bagaiman proses atau Praktik jual beli pupuk kandang?

⁸⁸Wawancara dengan B di Palangka Raya, 02 April 2022.

Subjek MY menjawab “Prosesnya datang kewarung beli mereka ngasih kita bayar udah langsung dibawa.”⁸⁹

3) Subjek 3

Nama : WH

Pekerjaan : Swasta

Berikut hasil wawancara dengan WH berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti menanyakan mengenai dimana anda biasa membeli pupuk kandang?

Subjek WH menjawab “Langsung datang ketoko aja kalo saya.”

Apakah pernah terjadi perselisihan antara anda dan penjual pupuk kandang?

Subjek WH menjawab “Kalo perselisihan gak pernah.”

Apakah anda pernah merasa dirugikan selama membeli pupuk kandang?

Subjek WH menjawab “Dirugikan juga gak pernah sih.”

Bagaiman proses atau Praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek WH menjawab “Biasanya saya datang ketoko menanyakan pupuk yang saya mau beli, Tanya harganya, kalo

⁸⁹Wawancara dengan M di Palangka Raya, 03 April 2022.

sekiranya cocok ya saya beli tinggal kasih uang penjualnya ngasih pupuknya ya udah saya bawa pulang.”⁹⁰

4) Subjek 4

Nama : N

Pekerjaan : Swasta

Berikut hasil wawancara dengan N berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti menanyakan mengenai dimana anda biasa membeli pupuk kandang?

Subjek N menjawab “Saya belinya langsung datng ketoko, soalnya nggak jauh juga tempatnya.”

Apakah pernah terjadi perselisihan antara anda dan penjual pupuk kandang?

Subjek N menjawab “Alhamdulillah gak pernah”

Apakah anda pernah merasa dirugikan selama membeli pupuk kandang?

Subjek N menjawab “Nggak pernah”

Bagaiman proses atau Praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek N menjawab “Prosesnya palinya biasanya ketoko beli pupuk ngasih uangnya, udah gitu aja.”⁹¹

5) Subjek 5

⁹⁰Wawancara dengan WH di Palangka Raya, 02 April 2022.

⁹¹Wawancara dengan N di Palangka Raya, 19 Maret 2022.

Nama : L

Pekerjaan : Swasta

Berikut hasil wawancara dengan L berdasarkan rumusan masalah yang ke-1:

Peneliti menanyakan mengenai dimana anda biasa membeli pupuk kandang?

Subjek L menjawab “Ditoko bunga, biasanya kan di sana banyak pupuk.”

Apakah pernah terjadi perselisihan antara anda dan penjual pupuk kandang?

Subjek L menjawab “Ngak pernah sih”

Apakah anda pernah merasa dirugikan selama membeli pupuk kandang?

Subjek L menjawab “Dirugikan juga gak pernah, kan udah liat secara langsung waktu belinya.”

Bagaiman proses atau Praktik jual beli pupuk kandang?

Subjek L menjawab “Ya prosesnya tinggal datang ketoko bilang mau beli pupuk, nanti di dikasih pupuknya, di kasih tau harganya kalo cocok ya beli tinggal dikasih uangnya terus pupuknya saya bawa.”⁹²

⁹²Wawancara dengan L di Palangka Raya, 02 April 2022.

2. Potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya

Berikut ini hasil wawancara bersama para penjual pupuk kandang Kota Palangka Raya yang Peneliti wawancara:

a. Subjek

1) Subjek 1

Nama : YN

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan YN berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti menanyakan mengenai sejak kapan bapak/ibu menjual pupuk kandang?

Subjek YN menjawab “Sebenarnya sudah lama saya jualan pupuk kandang sekitar 5 tahunan, tapi yang bener-bener aktif itu waktu awal-awal pandemi.”

Peneliti juga menanyakan terkait ada berapa jenis pupuk kandang yang anda jual?

YN menjawab “Untuk jenisnya saya cuma menjual pupuk kandang jenis sapi dan kambing, untuk pupuk kandang ayam saya belum menyediakan karena sulit untuk dipasarkan, masyarakat belum banyak yang tahu kalo pupuk kandang ayam juga bagus untuk tanaman.”

Kemudian Peneliti bertanya pupuk kandang jenis apa yang paling banyak peminatnya?

YN menjawab “Yang paling sering habis itu kambing.”

Peneliti juga bertanya berapa banyak pupuk kandang yang terjual perharinya?

Subjek YN menjawab “Biasanya Cuma 5-10 bungkus sih, tapi kalo sekarang bisa 20-30 bungkus, malah saya sering kehabisan.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda jual?

Subjek YN menjawab “Saya jual jenis kambing Rp. 10.000, untuk sapi Rp. 5.000.”

Peneliti bertanya bagaimana perkembangan minat pembeli sebelum dan sesudah adanya pandemi?

YN menjawab “Alhamdulillah selama pandemi meningkat.”⁹³

2) Subjek 2

Nama : W

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan W berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

⁹³Wawancara dengan YN di Palangka Raya, 07 April 2021.

Peneliti menanyakan mengenai sejak kapan bapak/ibu menjual pupuk kandang?

Subjek W menjawab “Sudah sekitar 7 tahunan ya ada saya jualan.”

Peneliti juga menanyakan terkait ada berapa jenis pupuk kandang yang anda jual?

Subjek W menjawab “pupuk kandang yang saya jual ada sapi, kambing, ayam juga ada.”

Kemudian Peneliti bertanya pupuk kandang jenis apa yang paling banyak peminatnya?

Subjek W menjawab “Yang sering habis itu biasanya kambing sama sapi.”

Peneliti juga bertanya berapa banyak pupuk kandang yang terjual perharinya?

W menjawab “Sebelum pandemi itu palingan cuma 5 bungkus aja perharinya, kalo sesudah pandemi itu bisa sampai 7 atau 8 bungkus.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda jual?

Subjek W menjawab “harganya macam-macam ada yang Rp. 5.000, Rp. 10.000, yang Rp. 15.000 juga ada untuk yang kemasan.”

Peneliti bertanya bagaimana perkembangan minat pembeli sebelum dan sesudah adanya pandemi?

Subjek W menjawab “Sekarang meningkat, apalagi pandemi ini kan ada PSBB, PPKM, jadi masyarakat kurang aktivitas.”⁹⁴

3) Subjek 3

Nama : S

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan S berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti menanyakan mengenai sejak kapan bapak/ibu menjual pupuk kandang?

Subjek S menjawab “Saya sudah lama jualan ini, sejak tahun 1997.”

Peneliti juga menanyakan terkait ada berapa jenis pupuk kandang yang anda jual?

Subjek S menjawab “Yang saya jual itu pupuk kandang sapi sama kambing.”

Kemudian Peneliti bertanya pupuk kandang jenis apa yang paling banyak peminatnya?

Subjek S menjawab “Kambing sama sapi sama aja sih, duanya cepat habis.”

Peneliti juga bertanya berapa banyak pupuk kandang yang terjual perharinya?

⁹⁴Wawancara dengan W di Palangka Raya, 21 September 2021.

S menjawab “Biasanya ya bisa laku 5-7 bungkus, kalo sekarang bisa 10 an bungkus kalo untuk sekarang.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda jual?

Subjek S menjawab “Harganya ada yang Rp. 5000, ada yang Rp. 10.000 juga.”

Peneliti bertanya bagaimana perkembangan minat pembeli sebelum dan sesudah adanya pandemi?

Subjek S menjawab “ Kalo dibandingkan sesudah pandemi perkembangannya meningkat sih.”⁹⁵

4) Subjek 4

Nama : NH

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan NH berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti menanyakan mengenai sejak kapan bapak/ibu menjual pupuk kandang?

Subjek NH menjawab “Sudah 20 tahun saya jualan.”

Peneliti juga menanyakan terkait ada berapa jenis pupuk kandang yang anda jual?

Subjek NH menjawab “Untuk jenis pupuk kandang Kambing ada, ayam ada juga tapi belum dibungkus, kalo sapi gak ada.”

⁹⁵Wawancara dengan S di Palangka Raya, 28 September 2021.

Kemudian Peneliti bertanya pupuk kandang jenis apa yang paling banyak peminatnya?

Subjek NH menjawab “Yang cepat habis itu kambing, kalo ayam kurang sih.”

Peneliti juga bertanya berapa banyak pupuk kandang yang terjual perharinya?

NH menjawab “Biasa Cuma 2-5 bungkus sekarang bisa habis sekitar 15 bungkus.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda jual?

Subjek NH menjawab “Harganya Rp. 10.000 an aja.”

Peneliti bertanya bagaimana perkembangan minat pembeli sebelum dan sesudah adanya pandemi?

Subjek NH menjawab “Sesudah pandemi meningkat.”⁹⁶

5) Subjek 5

Nama : M

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan M berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti menanyakan mengenai sejak kapan bapak/ibu menjual pupuk kandang?

⁹⁶Wawancara dengan NH di Palangka Raya, 31 Maret 2022.

Subjek M menjawab “Saya sudah sekitar 6 tahunan sejak tahun 2016 jualan pupuk kandang.”

Peneliti juga menanyakan terkait ada berapa jenis pupuk kandang yang anda jual?

Subjek M menjawab “Pupuk kandang yang saya jual cuma ayam sama kambing.”

Kemudian Peneliti bertanya pupuk kandang jenis apa yang paling banyak peminatnya?

Subjek M menjawab “Kambing biasanya”

Peneliti juga bertanya berapa banyak pupuk kandang yang terjual perharinya?

M menjawab “Sehari paling-paling Cuma 6 bungkus, kalo sekarang 10 bungkus yang laku.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda jual?

Subjek M menjawab “Harga pupuk kandang Rp. 10.000 untuk kambing, ayam juga Rp. 10.000 yang udah dibungkusin.”

Peneliti bertanya bagaimana perkembangan minat pembeli sebelum dan sesudah adanya pandemi?

Subjek M menjawab “Untuk perkembangan sesudah pandemi meningkat.”⁹⁷

6) Subjek 6

⁹⁷Wawancara dengan M di Palangka Raya, 31 Maret 2022.

Nama : RD

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang

Berikut hasil wawancara dengan RD berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti menanyakan mengenai sejak kapan bapak/ibu menjual pupuk kandang?

Subjek RD menjawab “Sudah 5 tahun saya jualan”

Peneliti juga menanyakan terkait ada berapa jenis pupuk kandang yang anda jual?

Subjek RD menjawab “Pupuk kandang ada sapi sama kambing, kalo ayam gak ada.”

Kemudian Peneliti bertanya pupuk kandang jenis apa yang paling banyak peminatnya?

Subjek RD menjawab “Yang paling cepat habis tu sapi sama kambing biasanya.”

Peneliti juga bertanya berapa banyak pupuk kandang yang terjual perharinya?

RD menjawab “Sehari bisa habis 5 atau 6 bungkus, sebelumnya paling 2.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda jual?

Subjek RD menjawab “Harga pupuk kandang Rp. 10.000 yang bungkus kecil, kalo agak besar bisa Rp. 15. 000.”

Peneliti bertanya bagaimana perkembangan minat pembeli sebelum dan sesudah adanya pandemi?

Subjek RD menjawab “Perkembangannya meningkat.”⁹⁸

Berikut ini hasil wawancara bersama para pembeli pupuk kandang Kota Palangka Raya yang Peneliti wawancara:

a. Informan

1) Informan 1

Nama : S

Pekerjaan : Penjual Pupuk kandang (pembisnis baru)

Berikut hasil wawacara dengan S berdasarkan rumusan masalah yang ke-2.

Peneliti bertanya mengenai sudah berapa lama anda menjual pupuk kandang? S menjawab “Saya sudah berjualan ini selama satu tahun”

Pupuk kandang jenis apa yang biasa anda jual? S menjawab “Saya menjual pupuk kandang kambing sama ayam”

Pupuk kandang jenis apa yang paling sering habis? S menjawab “Sebenarnya dua-duanya sama, tapi yang paling cepat habis kambing”

Berapa harga pupuk kandang yang anda jual? S menjawab “Saya jualnya Rp. 10.000 per bungkusnya”

⁹⁸Wawancara dengan RD di Palangka Raya, 29 September 2021.

Berapa banyak pupuk kandang yang anda jual per harinya?

S menjawab “Biasa 16-17 bungkus”

Mengapa anda menjual pupuk kandang? S menjawab “Saya menjual pukan untuk menambah penghasilan soalnya sekarang susah cari pemasukan”⁹⁹

2) Informan 2

Nama : M

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang (pembisnis baru) + Penjahit

Berikut hasil wawancara dari M berdasarkan pada rumusan masalah yang ke-2.

sudah berapa lama anda menjual pupuk kandang? M menjawab “Saya jualan baru saja belum lama, paling satu tahunan aja”

Pupuk kandang jenis apa yang biasa anda jual? M menjawab “Saya jual kambing sama sapi”

Pupuk kandang jenis apa yang paling sering habis? M menjawab “Dua-duanya cepet habis”

Berapa harga pupuk kandang yang anda jual? M menjawab “Saya jualnya harga Rp. 10.000 aja sama seperti yang lain”

Berapa banyak pupuk kandang yang anda jual per harinya? M menjawab “Gak pasti sih, bisa 5 bisa lebih juga

⁹⁹Wawancara dengan S di Palangka Raya, 29 September 2021.

Mengapa anda menjual pupuk kandang? M menjawab “Untuk menambah penghasilan makanya saya jualan pupuk kandang, soalnya saya liat lebih banyak yang beli pupuk kandang”¹⁰⁰

3) Informan 3

Nama : DW

Pekerjaan : Penjual pupuk kandang (pembisnis baru)

Berikut hasil wawancara dari DW berdasarkan pada rumusan masalah yang ke-2.

Sudah berapa lama anda menjual pupuk kandang? DW menjawab “Baru dua tahun aja sih”

Pupuk kandang jenis apa yang biasa anda jual? DW menjawab “Kambing sama sapi”

Pupuk kandang jenis apa yang paling sering habis? DW menjawab “Sama aja sih”

Berapa harga pupuk kandang yang anda jual? DW menjawab “Saya jual Rp. 10.000 biasanya”

Berapa banyak pupuk kandang yang anda jual per harinya? DW menjawab “Biasanya 5-7 bungkus aja”

¹⁰⁰Wawancara dengan M di Palangka Raya, 29 September 2021.

Mengapa anda menjual pupuk kandang? DW menjawab
 “Soalnya lumayan untungnya kalo jualan ini dari pada yang
 lain”¹⁰¹

4) Informan 4

Nama : MS

Pekerjaan : Peternak

Berikut hasil wawancara dengan MS berdasarkan pada
 rumusan masalah yang ke-2.

Peneliti menanyakan terkait dengan sudah berapa lama
 anda menjadi peternak? MS menjawab “Kalo saya sudah sekitar
 lima tahunan”

Apakah anda memiliki seorang pegawai? MS menjawab
 “Iya saya punya satu orang pegawai untuk bantu-bantu”

Berapa harga kotoran hewan yang anda jual? MS menjawab
 “Rp. 20.000-Rp. 40.000 perkarungnya”

Bagaimana penjualan kotoran hewan selama pandemi? MS
 menjawab “Selama pandemic meningkat”

Berapa banyak kotoran hewan yang anda jual? MS
 menjawab “kalo dulu paling 10 karung aja, kalo sekarang bisa
 sampai 20-30 karung sekali jualnya”¹⁰²

5) Informan 5

Nama : MI

¹⁰¹Wawancara dengan DW di Palangka Raya, 29 September 2021.

¹⁰²Wawancara dengan MS di Palangka Raya, 16 November 2021.

Pekerjaan : Peternak

Berikut hasil wawancara dengan MI berdasarkan pada rumusan masalah yang ke-2.

Peneliti menanyakan terkait dengan sudah berapa lama anda menjadi peternak? MI menjawab “Saya sudah lama sejak tahun 2014”

Apakah anda memiliki seorang pegawai? MI menjawab “Saya punya dua orang pegawai”

Berapa harga kotoran hewan yang anda jual? MI menjawab “Untuk ukuran karung 50 kg harganya Rp. 60.000, untuk ukuran 10 kg harganya Rp. 40.000”

Bagaimana penjualan kotoran hewan selama pandemi? MI menjawab “Meningkat”

Berapa banyak kotoran hewan yang anda jual? MI menjawab “Bisa lebih 10 karung sekali jual”¹⁰³

6) Informan 6

Nama : SJ

Pekerjaan : Peternak

Berikut hasil wawancara dengan SJ berdasarkan pada rumusan masalah yang ke-2.

Peneliti menanyakan terkait dengan sudah berapa lama anda menjadi peternak? SJ menjawab “Sudah 5 tahun”

¹⁰³Wawancara dengan MI di Palangka Raya, 16 November 2021.

Apakah anda memiliki seorang pegawai? SJ menjawab

“Saya gak punya”

Berapa harga kotoran hewan yang anda jual? SJ menjawab

“Harganya Rp. 40.000-Rp. 50.000 per karung 50 kg”

Bagaimana penjualan kotoran hewan selama pandemi? SJ

menjawab “Alhamdulillah selama pandemi meningkat”

Berapa banyak kotoran hewan yang anda jual? SJ

menjawab “Sebelumnya 2-10 karung, kalo sekarang bisa lebih”¹⁰⁴

7) Informan 7

Nama : SM

Pekerjaan : Peternak

Berikut hasil wawancara dengan SM berdasarkan pada rumusan masalah yang ke-2.

Peneliti menanyakan terkait dengan sudah berapa lama anda menjadi peternak? SM menjawab “Saya baru 1 tahun jual kotoran hewan”

Apakah anda memiliki seorang pegawai? SM menjawab

“Saya gak punya pegawai”

Berapa harga kotoran hewan yang anda jual? SM menjawab

“Harganya terserah aja sih mau berapa”

Bagaimana penjualan kotoran hewan selama pandemi? SM

menjawab “Meningkat”

¹⁰⁴Wawancara dengan SJ di Palangka Raya, 16 November 2021.

Berapa banyak kotoran hewan yang anda jual? SM menjawab “Bisa 2 karung kadang-kadang sekali jual”¹⁰⁵

8) Informan 8

Nama : HS

Pekerjaan : Peternak

Berikut hasil wawancara dengan HS berdasarkan pada rumusan masalah yang ke-2.

Peneliti menanyakan terkait dengan sudah berapa lama anda menjadi peternak? HS menjawab “Kalo saya sudah lama, sudah dari tahun 1992 an”

Apakah anda memiliki seorang pegawai? HS menjawab “Pegawai saya ada 5 orang”

Berapa harga kotoran hewan yang anda jual? HS menjawab “Kalo harga untuk perkarungnya Rp. 20.000 perkarung 10 kg”

Bagaimana penjualan kotoran hewan selama pandemi? HS menjawab “Meningkat sih selama pandemi”

Berapa banyak kotoran hewan yang anda jual? HS menjawab “Satu bulannya bisa 1.300 an sih terjualnya”¹⁰⁶

9) Informan 9

Nama : B

Pekerjaan : Swasta

¹⁰⁵Wawancara dengan SM di Palangka Raya, 16 November 2021.

¹⁰⁶Wawancara dengan HS di Palangka Raya, 16 November 2021.

Berikut hasil wawancara dengan B berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti bertanya terkait dengan sejak kapan anda membeli pupuk kandang?

Informan B menjawab “Saya membeli pupuk kandang baru 1 tahun, sebelumnya saya nggak pernah beli.”

Kemudian Peneliti bertanya untuk apa anda membeli pupuk kandang?

Informan B menjawab “Saya beli untuk tanaman aja, ya daripada gak ada kerjaan dirumah kan jadi ya sambil nanam-naman apa.”

Peneliti juga bertanya tentang pupuk kandang jenis apa yang biasa anda beli?

Informan B menjawab “Biasa saya sih beli pupuk kandang sapi soalnya bagus buat tanaman.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda beli?

Informan B menjawab “Untuk harganya murah sih Cuma Rp. 10.000 aja.”¹⁰⁷

10) Informan 10

Nama : MY

Pekerjaan : Swasta

¹⁰⁷Wawancara dengan B di Palangka Raya, 02 April 2022.

Berikut hasil wawancara dengan MY berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti bertanya terkait dengan sejak kapan anda membeli pupuk kandang?

Informan MY menjawab “Sudah hampir 4-5 tahunan.”

Kemudian Peneliti bertanya untuk apa anda membeli pupuk kandang?

Informan MY menjawab “Untuk tanaman.”

Peneliti juga bertanya tentang pupuk kandang jenis apa yang biasa anda beli?

Informan MY menjawab “Jenisnya pupuk kandang sapi yang saya beli.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda beli?

Informan MY menjawab “biasa satu bungkus itu Rp. 10.000- Rp. 15.000”¹⁰⁸

11) Informan 11

Nama : WH

Pekerjaan : Swasta

Berikut hasil wawancara dengan WH berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

¹⁰⁸Wawancara dengan MY di Palangka Raya, 03 April 2022.

Peneliti bertanya terkait dengan sejak kapan anda membeli pupuk kandang?

Informan WH menjawab “Saya beli pupuk kandang dari sekitar tahun 2020 an.”

Kemudian Peneliti bertanya untuk apa anda membeli pupuk kandang?

Informan WH menjawab “Awalnya saya cuma pakai pupuk yang biasa tapi pas awal pandemi saya baru pakai pupuk kandang soalnya pupuk kandang kan murah tu bagus juga buat tanaman.”

Peneliti juga bertanya tentang pupuk kandang jenis apa yang biasa anda beli?

Informan WH menjawab “Biasanya saya beli pupuk kandang yang sapi kalo gak sapi ya kambing, soalnya gak panas buat tanaman malah bagus jadi subur-subur.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda beli?

Informan WH menjawab “harganya cuma Rp. 10.000 aja gak mahal jadi bisa ngirit uang.”¹⁰⁹

12) Informan 12

Nama : N

Pekerjaan : Swasta

¹⁰⁹Wawancara dengan WH di Palangka Raya, 02 April 2022.

Berikut hasil wawancara dengan N berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti bertanya terkait dengan sejak kapan anda membeli pupuk kandang?

Informan N menjawab “Sekitar 3 atau 4 kayanya ada sudah saya beli pupuk kandang.”

Kemudian Peneliti bertanya untuk apa anda membeli pupuk kandang?

Informan N menjawab “Buat tanaman.”

Peneliti juga bertanya tentang pupuk kandang jenis apa yang biasa anda beli?

Informan N menjawab “Yang sering saya beli tu kambing kalo ayam panas ditanaman jadi saya gak pake yang ayam.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda beli?

Informan N menjawab “Saya beli harganya biasa Rp. 10.000, ada juga yang Rp. 15.000 tapi jarang beli kecuali kalo yang Rp. 10.000 habis.”¹¹⁰

13) Informan 13

Nama : L

Pekerjaan : Swasta

¹¹⁰Wawancara dengan N di Palangka Raya, 19 Maret 2022.

Berikut hasil wawancara dengan L berdasarkan rumusan masalah yang ke-2:

Peneliti bertanya terkait dengan sejak kapan anda membeli pupuk kandang?

Informan L menjawab “Saya baru aja pake pupuk kandang soalnya saya baru juga nanam-nanam”

Kemudian Peneliti bertanya untuk apa anda membeli pupuk kandang?

Informan L menjawab “Untuk tanaman bunga sama lombok”

Peneliti juga bertanya tentang pupuk kandang jenis apa yang biasa anda beli?

Informan L menjawab “Saya beli yang pupuk kandang sapi aja sih.”

Kemudian Peneliti bertanya berapa harga pupuk kandang yang anda beli?

Informan L menjawab “Harganya Rp. 10.000, gak mahal sama gak panas juga kalo buat pupuk.”¹¹¹

C. Analisis Data

Analisis data hasil penelitian ini Peneliti terlebih dahulu memaparkan pelaksanaan yang diawali dengan survei ke lokasi penelitian dan menentukan subjek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini dengan kriteria beragama Islam, memiliki usaha pupuk kandang jenis sapi dan kambing dalam bentuk kemasan minimal lima tahun. Peneliti menentukan kriteria

¹¹¹Wawancara dengan L di Palangka Raya, 02 April 2022.

tersebut sebagai dasar bahwa informasi dan data yang diambil dapat dipertanggungjawabkan. Selanjutnya Peneliti melakukan pendekatan kepada setiap subjek yang telah ditentukan sebagai responden sebelum melakukan wawancara agar dapat berjalan dengan lancar sesuai harapan Peneliti. Data hasil wawancara Peneliti sajikan berdasarkan hasil wawancara. Setelah hasil wawancara tersaji dilakukan analisis hasil penelitian sesuai dengan teori-teori yang ada. Berikut hasil penelitian yang telah Peneliti lakukan:

a. Praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya

Jual beli adalah transaksi tukar menukar yang berkonsekuensi beralihnya hak kepemilikan, dan hal itu dapat terlaksana dengan akad, baik berupa ucapan maupun perbuatan.

Mengenai jual beli, dalam penelitian ini akan dijelaskan terlebih dahulu apa itu jual beli menurut ekonomi Islam. Jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai, dan dilakukan secara *ridja* di antara kedua belah pihak, sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'*. Kemudian, ekonomi Islam dapat diartikan sebagai cabang ilmu pengetahuan yang dapat membantu mewujudkan suatu kesejahteraan hidup melalui pengalokasian dan pendistribusian sumber daya alam yang langka sesuai ajaran Islam, tanpa mengabaikan kebebasan individual dan mengurangi terjadinya hubungan timbal balik guna menciptakan kondisi ekonomi yang semakin baik.

Dalam penelitian ini Praktik jual beli dalam ekonomi Islam adalah tukar menukar sesuatu dengan harta yang dimiliki dengan menerapkan nilai-nilai Islam sebagai landasan dalam transaksinya. Hukum jual beli didasarkan pada al-Qur'an, Hadis dan Ijma'. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah An-Nisaa: 29.

لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: *“Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu”*

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: *“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”*

Berdasarkan dalil di atas, penghalalan jual beli mengandung dua makna. Pertama, Allah menghalalkan setiap jual beli yang diadakan oleh dua pelaku jual beli yang sah tindakannya dalam melakukan jual beli dengan disertai sikap saling rela dari keduanya. Dan yang kedua, Allah menghalalkan jual beli termasuk jual beli yang tidak dilarang oleh Rasulullah, mengenai hal-hal yang dihalalkan dan diharamkan.

Para ulama sepakat seseorang yang menjual sesuatu yang jelas dan ada dihadapan dengan harga yang jelas, kedua belah pihak telah mengetahui barang yang dijual belikan, kedua-duanya boleh melanjutkan transaksi tersebut dan hukumnya sah.

Berikut hasil wawancara Peneliti dengan penjual dan pembeli pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya:

Diketahui bahwa transaksi jual beli yang dilakukan YN tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga dilakukan menggunakan Facebook dan Whatsaap. Pembayaran dilakukan pada saat pesanan sudah sampai di rumah pembeli dengan penambahan ongkos kirim sesuai jarak antar. YN juga menjelaskan bahwa selama berjualan tidak pernah terjadi perselisihan dengan pembeli dan tidak merasa dirugikan selama berjualan pupuk kandang.

W menjelaskan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli dapat dilakukan secara langsung ataupun dengan menggunakan whatsapp (pembelian dalam jumlah banyak). W juga menjelaskan selama berjualan beliau tidak pernah ada perselisihan dengan pelanggan dan tidak merasa rugi berjualan pupuk kandang.

Berdasarkan keterangan S, ia tidak menggunakan media sosial dalam melakukan transaksi jual beli, jika ada yang berminat bisa langsung datang ketoko. Selain itu, S mengaku tidak pernah berselisih dengan pembeli dan tidak merasa rugi selama berjualan.

Subjek NH, M, dan RD juga mengemukakan hal yang sama dengan S bahwa mereka tidak menggunakan media sosial dalam bertransaksi tetapi dilakukan secara langsung sehingga pembeli dapat dengan jelas melihat kualitas dari produk yang dijualnya, NH, M, dan RD juga

menjelaskan bahwa tidak pernah ada perselisihan dengan pembeli dan tidak merasa rugi selama berjualan pupuk kandang.

Berikut hasil wawancara dengan pembeli pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya:

Berdasarkan keterangan dari B, bahwa pembelian pupuk kandang dilakukan secara offline, sehingga tidak ada perselisihan dan tidak ada yang dirugikan di antara keduanya. Proses transaksi ini dilakukan dengan cara datang di mana ada penjual pupuk kandang, lalu penjual memberi barang yang diinginkan lalu pembeli membayarnya dengan kesepakatan yang telah disepakati.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, M membeli pupuk kandang secara offline. ia mengaku tidak pernah ada perselisihan dengan penjual karena telah ada kesepakatan harga sehingga apabila merasa kurang cocok bisa membeli ditempat lain dan tidak merasa dirugikan. Prosesnya yaitu dengan datang ketempat penjualan pupuk kandang, penjual member barang yang diinginkan dan pembeli membayar barang tersebut.

Subjek WH, N dan L menjelaskan hal yang serupa dengan penjelasan subjek sebelumnya, bahwa pembelian dilakukan secara langsung tanpa melalui media sosial. Selama mereka membeli pupuk kandang tidak pernah ada perselisihan dan tidak merasa dirugikan oleh penjual. Proses transaksi yang dilakukan sama seperti subjek sebelumnya, yaitu dengan datang langsung ke toko kemudian penjual dan pembeli membayar dengan harga yang telah disepakati sebelumnya.

Kemudian mengenai praktik jual beli pupuk kandang, dari hasil wawancara dan observasi Peneliti, bahwa praktik jual beli pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya telah sesuai dengan jual beli yang belandaskan pada hukum Islam. Di mana asas saling *rid}a* antara penjual dan pembeli, dan adanya keterbukaan (tidak ada yang ditutup-tutupi) dalam jual beli di antara keduanya, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan salah satu pihak dalam transaksi jual beli pupuk kandang tersebut.

Dalam jual beli juga harus memenuhi rukun dan syarat jual beli yang telah ditetapkan oleh *syara*‘, seperti harus adanya orang yang berakal (penjual dan pembeli), barang atau jasa, ijab kabul, dan adanya *kerid}aan* antara penjual dan pembeli. Artinya, Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah *balig* dan berakal. Minimal sudah *mumayyiz* (dapat membedakan antara yang baik dan yang buruk). Anak-anak yang sudah *mumayyiz* boleh melakukan jual beli. Atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan orang lain, misalnya jika seorang penjual memaksa orang lain untuk membeli barang dagangannya dengan ancaman senjata tajam atau lainnya, maka tidak sah jual belinya. Penjual dan pembeli haruslah minimal 2 (dua) orang. Barang yang dijual haruslah milik sempurna. Tidak sah jual beli barang yang dijual bukan miliknya sendiri tetapi milik orang lain kecuali ada pendelegasian hak dengan memberikan kuasa kepadanya. Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan. Barang yang dijual harus suci zatnya/bermanfaat. Pupuk kandang memang

bukanlah benda yang suci zatnya, tetapi pupuk kandang boleh diperjual belikan, karena sesuatu yang dapat dimanfaatkan boleh diperjual belikan. seperti halnya pupuk kandang, yang digunakan sebagai penyubur tanaman karena memiliki unsur hara yang baik bagi tumbuhan. Barang yang diperjual belikan harus diperoleh dengan cara yang halal. Tidak sah jual beli barang hasil rampokan, pencurian, korupsi dan lain-lain.

Bedasarkan penjelasan di atas, bahwa praktik jual beli pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya telah memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan oleh hukum Islam. Pada dasarnya hukum jual beli adalah halal kecuali ada perkara yang mengakibatkan jual beli tersebut dilarang dalam Islam.

Adapun jual beli yang dilarang dalam Islam adalah Jual beli yang batil, yaitu apabila pada jual beli itu salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, maka jual beli itu batil.

Dalam upaya meningkatkan penjualan, dibutuhkan adanya strategi pemasaran. Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran (distribusi) barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai. Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Berikut merupakan beberapa strategi dari pemasaran:

- a. Produk (*Product*) adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun nonfisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.
- b. Harga (*Price*), Tujuan penetapan harga yaitu untuk meningkatkan volume penjualan dalam memajukan dan mengembangkan.
- c. Promosi (*Promotion*) adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal yang sebelumnya tidak membeli menjadi membeli.
- d. Tempat (*Place*) Salah satu faktor penting dalam menentukan perusahaan adalah lokasi perusahaan tersebut, di mana lokasi perusahaan harus strategi dan dapat dijangkau oleh konsumen ,dan masuknya akses transportasi keperusahaan, Tempat bisa diartikan sebagai pemilihan tempat usaha dan pemilihan tempat untuk pelayanan.
- e. Personel (*people/personnel*), Personel adalah komitmen, insentif, penampilan, perilaku, kebiasaan dan apapun yang menempel pada pelanggan maupun karyawan perusahaan.
- f. Proses (*process*), Proses di sini mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan setiap konsumen, mulai dari konsumen memesan (*Order*) hingga mereka mendapatkan apa yang diinginkan.

- g. Bukti fisik (*physical evidence*), Bukti fisik merupakan lingkungan, warna, tata letak dan fasilitas tambahan. Ini terkait dengan tampilan sebuah produk jasa yang ditawarkan. Terkait dengan *packaging* yang disajikan untuk menarik minat konsumen.

Kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.

Beberapa prinsip yang berlaku dalam ekonomi Islam adalah:

- a. Tauhid, Tauhid adalah konsep yang menggambarkan hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Segala aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh seorang Muslim akan sangat terjaga, karena ia merasa bahwa Allah SWT akan selalu melihat apa yang dilakukannya.
- b. Keseimbangan (*equilibrium*), Islam sangat mendorong umatnya untuk mengutamakan ibadah. Bukan berarti seorang muslim dilarang untuk melakukan kegiatan diluar itu, aktivitas yang dilakukan harus seimbang dengan kegiatan ibadah sehingga tidak terlalu fokus pada aktivitas dunia hingga lalai melakukan ibadah.
- c. Kebebasan yaitu prinsip yang mengantar manusia meyakini bahwa Allah SWT menganugerahkan kebebasan kepada manusia yang terbatas (*restricde freedom*).

- d. Tanggung jawab, Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa peran ekonomi sangatlah penting sekali untuk mencapai kesejahteraan hidup masyarakat. Dengan kesejahteraan inilah seseorang banyak sekali berlomba-lomba untuk melakukan berbagai hal yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga melupakan yang haq dan yang batil.

Kemudian proses transaksi jual beli pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya dapat dijelaskan bahwa sebagian penjual ada yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, sehingga transaksi tidak hanya melakukan transaksi secara langsung tapi bisa melalui Whatsaap atau Facebook mengenai produk yang ditawarkan, kemudian penjual dan pembeli menentukan jadwal pembelian sesuai kesepakatan, apakah pembeli akan datang ke toko penjual atau dengan metode pengantaran, namun ada juga penjual yang tidak menggunakan medial sosial sebagai media promosi, sehingga transaksi terjadi secara langsung, penjualan jenis ini biasanya penjual hanya memasang spanduk sebagai sarana promosi. Menurut penjelasan pembeli, biasa mereka membeli dengan langsung datang ke toko untuk menanyakan barang yang dicari, kemudian penjual akan memberi barang tersebut dan pembeli menyerahkan sejumlah uang sesuai kesepakatan..

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa proses transaksi jual beli pupuk kandang dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*. Namun, dengan tetap sesuai dengan hukum Islam.

b. Potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 yang ada di Kota Palangka Raya

Potensi dapat diartikan sebagai kemampuan dasar yang terpendam dan dapat dirasakan hasilnya setelah kemampuan itu dikembangkan. Sedangkan potensi pasar adalah ungkapan mengenai peluang penjualan maksimum untuk produk jasa tertentu. Potensi pasar sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang dipasar.

Berdasarkan pengertian di atas, potensi dapat dibedakan menjadi dua yaitu potensi fisik dan potensi non fisik. Potensi fisik adalah potensi yang berkaitan dengan sumber daya alam yang ada. Sedangkan Potensi non fisik adalah segala potensi yang berkaitan dengan masyarakat dan tata perilakunya.

Sedangkan Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Jadi, potensi ekonomi penjualan adalah angka yang menunjukkan total pembelian dari semua calon pembeli produk yang ditawarkan. Adapun cara untuk mengenali suatu peluang adalah sebagai berikut:

- a. Peluang berbasis meniru, wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain dan terkadang melakukan sedikit inovasi pada produk. Misalnya:

memulai usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang.

- b. Peluang berbasis alokatif, hal ini terjadi ketika ada ketidak sesuaian penawaran dan permintaan, sumber daya yang langka di daerah-daerah tertentu, atau demografi perubahan memerlukan produk tertentu dan layanan untuk memenuhi kebutuhan yang muncul.
- c. Peluang berbasis penemuan, peluang ini dapat dilihat ketika adanya perubahan teknologi, peraturan, kondisi ekonomi, dan kebutuhan konsumen. Sebenarnya kebututhan akan suatu produk tersebut sudah ada, hanya saja belum ada pelaku usaha yang menyadarinya.
- d. Peluang berbasis penciptaan, peluang baru muncul dapat melalui *entrepreneur* yang memiliki pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. Penciptaan peluang adalah proses di mana seorang pengusaha dapat belajar apa yang berhasil dan apa yang tidak berhasil seperti proses pengembangan suatu usaha yang sedang berlangsung. Proses penciptaan atau yang disebut proses inovasi dan kreasi yang diawali dengan tehnik produksi baru, mencari bahan baku baru, organisasi usaha baru, dan metode pemasaran baru.

Jenis ternak yang ada di Kota Palangka Raya beragam, sehingga pupuk kandang yang di hasilkan juga beragam. Namun pupuk kandang yang banyak diperjual belikan adalah pupuk kandang jenis kambing dan sapi. Pupuk kandang sapi dan kambing mudah untuk didapatkan dan harganya yang murah.

Selama ini di Kota Palangka Raya belum banyak pembisnis yang menjual pupuk kandang, namun akhir-akhir ini berdasarkan hasil observasi Peneliti telah terjadi penambahan usaha pupuk kandang. Di mana mereka banyak menjual pupuk kandang jenis sapi dan kambing dalam bentuk kemasan. Meskipun begitu, penjualan pupuk kandang tetap mengalami peningkatan permintaan.

Pupuk kandang adalah pupuk yang berasal dari kotoran ternak yang memiliki banyak manfaat terutama dalam bidang pertanian yang digunakan sebagai penyubur tanaman. Pengaplikasian pupuk kandang pada tanaman sangat mudah, yakni dapat diaplikasikan sebelum ataupun sesudah masa tanam. Selain pengaplikasiannya yang mudah, pupuk kandang juga lebih murah, dan mudah didapat sehingga masyarakat dapat dengan mudah mencari dan masyarakat juga dapat menghemat pengeluaran mengingat di masa pandemi saat ini banyaknya masyarakat yang mendapatkan dampak negatif dari pandemi Covid-19 seperti banyaknya pemutusan hubungan kerja pada karyawan, dan melemahnya perekonomian negara terutama di Kota Palangka Raya.

Pupuk kandang termasuk dalam potensi fisik yang mana pupuk kandang pada saat ini banyak dicari oleh para pecinta tanaman hias dan para masyarakat yang mencoba mencari hiburan selama PSBB berlangsung, PSBB merupakan kepanjangan dari Pembatasan Sosial Bersekala Besar sebagai upaya untuk mencegah penularan Covid-19 yang dilakukan oleh pemerintah. Mengenai hal ini, para pembisnis banyak yang

melihat keadaan tersebut sebagai sebuah peluang bisnis yang memiliki nilai sehingga banyak pembisnis yang memanfaatkan dengan membuka usaha pupuk kandang sebagai sampingan atau sebagai profesi.

Berdasarkan hasil observasi, peneliti melihat telah terjadi penambahan usaha pupuk kandang selama pandemi berlangsung. Meskipun demikian, jika diamati lebih dalam maka usaha pupuk kandang tidak hanya memiliki potensi pada saat pandemi saja tetapi setelah pandemi berakhir penjualan pupuk kandang akan tetap meningkat karena masyarakat susah terbiasa bercocok tanam selama pandemi berlangsung. Para penjual pupuk kandang kemasan biasa mengolah pupuk sendiri dengan cara membeli pupuk kandang dari para peternak hewan dalam bentuk karungan yang dijual dengan harga Rp. 20.000- Rp. 60.000 perkarungnya. Kemudian setelah itu penjual pupuk kandang menjemur pupuk yang sudah dibeli tersebut sampai kering (bila hari panas 2-3 hari, dan apabila hujan bisa mencapai 7 hari atau lebih tergantung tingkat kepanasannya), setelah itu mereka memisah dan membersihkan rumput yang terbawa ke dalam pupuk, setelah pupuk kandang dirasa sudah cukup kering dan bersih kemudian dikemas ke dalam plastik dengan ukuran kurang lebih 1 kg. pupuk kandang yang sudah dikemas ini biasa dijual dengan harga Rp. 5.000-Rp. 10.000 perbungkusnya.

Dalam praktik, kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: Kondisi dan Kemampuan Penjual (Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, Harga produk dan Syarat penjualan seperti: pembayaran,

pelayanan,dan garansi), Kondisi Pasar, Modal, dan Faktor lain seperti periklanan.

Berdasarkan penjelasan di atas, mengenai potensi ekonomi penjualan pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya, pupuk kandang mengalami peningkatan penjualan dan terjadi pertambahan usaha pupuk kandang setelah mewabahnya pandemi Covid-19. Berikut analisis hasil wawancara yang Peneliti lakukan:

Subjek YN merupakan ibu rumah tangga yang bekerja sebagai penjual pupuk kandang, ia menjalankan usaha pupuk kandang sudah sekitar 5 tahun, jenis pupuk kandang yang dijualnya yaitu jenis sapi dan kambing dengan harga Rp. 10.000- Rp. 5.000, dan yang paling banyak diminati oleh masyarakat yaitu pupuk kandang jenis kambing. Selama pandemi mewabah usahanya mengalami peningkatan dari yang biasanya hanya menjual 5-10 bungkus perharinya, sekarang bisa sampai 20-30.

Subjek W merupakan seorang ibu rumah tangga yang bekerja sebagai penjual pupuk kandang, ia berjualan pupuk kandang selama 7 tahun. Pupuk kandang yang dijualnya yaitu jenis sapi, kambing, ayam. Ia menjual dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp. 5.000, hingga Rp. 15.000, yang banyak peminatnya adalah jenis pupuk kandang sapi dan kambing. Sebelum pandemi ia biasanya hanya menjual 5 bungkus saja perharinya, sesudah pandemi bisa sampai 7 atau 8 bungkus per harinya.

Subjek S merupakan penjual pupuk kandang yang sudah menjalankan usaha ini sejak tahun 1997. Ia menjual jenis pupuk kandang

sapi dan kambing, pupuk kandang jenis ini dijual dengan harga Rp. 5.000 dan Rp. 10.000 per bungkusnya, selama pandemi usahanya mengalami peningkatan penjualan, sehingga ia mampu menjual sebanyak 10 bungkus perharinya dari yang hanya 5 atau 7 bungkus.

Subjek NH Merupakan seorang ibu rumah tangga yang telah menjalankan usaha pupuk kandang selama 20 tahun, ia menjual pupuk kandang jenis ayam dan kambing namun yang sering cepat habis adalah pupuk kandang jenis kambing. NH menjual pupuk kandang dengan harga Rp. 10.000 perbungkusnya, selama pandemic penjualannya mengalami peningkatan dari yang awalnya hanya 2-5 bungkus perharinya sekarang menjadi sekitar 15 bungkus.

Begitupun dengan subjek RD yang merupakan penjual pupuk kandang dan sudah menjalankan usahanya selama 5 tahun. Ia menyatakan bahwa penjualannya meningkat dibandingkan dengan sebelum pandemi yang hanya habis 2 bungkus sekarang bisa mencapai 5-6 bungkus. Subjek RD menjual pupuk kandang dengan harga Rp. 10.000-Rp. 15.000 untuk perbungkusnya.

Subjek M merupakan penjual pupuk kandang, ia sudah 6 tahun menjalankan usaha pupu kandang. Jenis pupuk kandang yang dijualnya yaitu jenis ayam dan kambing yang dijual dengan harga Rp. 10.000. Sedangkan pupuk kandang kambing lebih cepat habis dibandingkan dengan ayam. Selama pandemi usahanya mengalami peningkatan.

S merupakan seorang penjual pupuk kandang yang sudah menjalankan usaha ini selama satu tahun, pupuk kandang yang ia juga ialah jenis kambing dan ayam, dan S menyatakan bahwa pupuk kandang jenis kambing lebih cepat habis dibandingkan dengan ayam. S menjual pupuk kandang dengan harga Rp. 10.000 untuk perbungkusnya dan perharinya bisa menjual sebanyak 16-17 bungkus. Beliau juga mengaku bahwa bisnis yang sedang dijalankannya ini digunakan untuk menambah penghasilan pada saat pandemic seperti sekarang ini.

M merupakan seorang ibu rumah tangga yang berprofesi sebagai seorang penjahit sekaligus membuka usaha sampingan sebagai penjual pupuk kandang untuk menambah penghasilan yang menurutnya menjual pupuk kandang lebih menguntungkan apabila dibandingkan yang lain terlebih saat pandemi ini kurang dari masyarakat yang menggunakan jasa jahit M. Ia menjual pupuk kandang jenis sapi dan kambing baru satu tahun, dan beliau menjual pupuk kandang jenis ini karena menurutnya pupuk kandang jenis ini banyak peminatnya. Pupuk kandang milik M dijual dengan harga Rp. 10.000, sehingga ia bisa menjual sebanyak 5 bungkus pupuk kandang perharinya.

DW merupakan seorang penjual pupuk kandang jenis kambing dan sapi yang sudah 2 tahun mendirikan usaha ini. ia menjual pupuk kandang jenis ini karena menurutnya jenis ini lebih cepat habis daripada yang lainnya. Pupuk kandang miliknya dijual dengan harga Rp. 10.000 perbungkusnya, dalam sehari ia bisa menjual pupuk kandang sebanyak 5-7 bungkus. DW menjelaskan menjual pupuk kandang lebih menguntungkan bila dibandingkan dengan yang lain.

Tabel 4.1
Penjualan Pupuk Kandang Sebelum dan Sesudah Pandemi Kota
Palangka Raya

No	Nama	Lama Usaha	Sebelum	Sesudah	Keterangan
1.	YN	5 Tahun	5-10 Bungkus	20-30 Bungkus	Meningkat
2.	W	7 Tahun	5 Bungkus	7-8 Bungkus	Meningkat
3.	S	25 Tahun	5-7 Bungkus	10 Bungkus	Meningkat
4.	NH	20 Tahun	2-5 Bungkus	15 Bungkus	Meningkat
5.	M	6 Tahun	6 Bungkus	10 Bungkus	Meningkat
6.	RD	5 Tahun	2 Bungkus	5-6 Bungkus	Meningkat
7.	S	1 Tahun	0 Bungkus	16-17 Bungkus	Baru
8.	M	1 Tahun	0 Bungkus	5 Bungkus	Baru
9.	DW	2 Tahun	0 Bungkus	5-7 Bungkus	Baru

Selain melakukan wawancara dengan penjual pupuk kandang, Peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik ternak dan pembeli pupuk kandang. Adapun hasil analisis tersebut antara lain:

MS merupakan seorang peternak yang menjual kotoran hewan selama 5 tahun, dan memiliki satu orang pegawai. Harga kotoran hewan miliknya dijual dengan harga Rp. 20.000-Rp. Rp. 40.000 perkarungnya. Selama pandemi penjualannya mengalami peningkatan yang awalnya hanya 10 karung sekali jual, sekarang hingga mencapai 20-30 karung.

MI merupakan seorang peternak yang menjual kotoran hewan sejak tahun 2014. Ia memiliki 2 orang pegawai, untuk harga perkarung 50 kg dijual dengan harga Rp. 60.000 dan untuk karung ukuran 10 kg dijual dengan harga Rp. 40.000. ia mengaku selama pandemi penjualannya mengalami peningkatan, untuk sekali jual ia mampu menjual hingga 10 karung.

SJ adalah seorang peternak yang menjual kotoran hewan selama 5 tahun dan tidak memiliki seorang pegawai. Harga kotoran hewan yang dijualnya dijual dengan kisaran harga Rp. 40.000-Rp. 50.000 per 50 kg nya. Selama pandemi ia mengaku penjualannya meningkat hingga menjual 10 karung untuk sekali jualan dari yang awalnya hanya 2 karung.

SM merupakan seorang peternak baru yang menjual Kotoran hewan selama 1 tahun. SM tidak memiliki pegawai, untuk harga kotoran hewan tidak ditentukan oleh SM, tetapi ia menerima dengan suka rela. Biasanya sekali jual ia bisa menjual 2 karung kotoran hewan.

HS merupakan seorang peternak yang menjual kotoran hewan sejak tahun 1992, HS memiliki 5 orang pegawai dan ia menjual kotoran hewan dengan harga Rp. 20.000 per karung 50 kg, selama pandemi penjualannya mengalami peningkatan hingga mencapai 1.300 karung untuk perbulannya.

Table 4.2
Penjualan Kotoran Hewan Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19
Kota Palangka Raya

No	Nama	Lama Usaha	Sebelum	Sesudah	Keterangan
1.	MS	5 Tahun	10 Bungkus	20-30 Bungkus	Meningkat
2.	MI	8 Tahun	-10 Bungkus	+ 10 Bungkus	Meningkat
3.	SJ	5 Tahun	2 Bungkus	10 Bungkus	Meningkat
4.	SM	1 Tahun	0	2 Bungkus	Baru
5.	HS	30 Tahun	-1.300 Bungkus	+ 1.300 Bungkus	Meningkat

Informan B merupakan pegawai swasta, ia membeli pupuk kandang baru 1 tahun dan ia menyatakan bahwa sebelumnya tidak pernah membeli pupuk kandang. B membeli pupuk kandang untuk tanamannya dirumah karena tidak ada kegiatan. Ia biasa membeli pupuk kandang jenis sapi dengan harga Rp. 10.000.

MY menyatakan bahwa ia merupakan seorang pegawai swasta, ia sudah sekitar 5 tahun membeli pupuk kandang jenis sapi yang digunakan untuk memupuk tanaman. Ia membeli pupuk kandang dengan harga Rp. 10.000-Rp. 15.000.

WH merupakan seorang pegawai swasta, ia membeli pupuk kandang sejak tahun 2020. Pupuk kandang yang dibelinya digunakan untuk memupuk tanaman. Ia menjelaskan bahwa ia biasa membeli pupuk kandang jenis sapi dan kambing dengan harga Rp. 10.000.

Informan N merupakan seorang pegawai swasta dan sudah membeli pupuk kandang selama kurang lebih 4-5 tahun, beliau membeli pupuk kandang jenis kambing untuk tanaman miliknya dengan harga Rp. 10.000, dan terkadang membeli dengan harga Rp. 15.000.

L merupakan pegawai swasta yang sudah membeli pupuk kandang belum lama ini. ia membeli pupuk kandang untuk tanaman bunga dan lombok, jenis pupuk kandang yang biasa ia beli adalah pupuk kandang sapi dengan harga Rp. 10.000.

Secara ekonomi, permintaan (*demand*) dapat diartikan sebagai banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Dengan kata lain, permintaan didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan dari barang dan jasa yang ingin dibeli atau diminta oleh konsumen dalam waktu tertentu pada berbagai macam tingkat harga.

Permintaan timbul akibat adanya kebutuhan seseorang terhadap barang tertentu, dalam konsep permintaan tersebut terdapat dua variabel yaitu variabel jumlah permintaan dan variabel tingkat harga.

Hukum permintaan menyatakan “Hubungan barang yang diminta dengan harga barang tersebut di mana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya apabila harga turun maka jumlah barang akan meningkat.”

Masyarakat di masa pandemi Covid-19 di hadapkan pada penurunan pendapatan akibat anjlok atau menurunnya permintaan masyarakat pada barang dan jasa. Namun lain halnya dengan pupuk kandang. Pandemi tidak hanya memberikan dampak negatif bagi pelaku UMKM, tetapi juga memberikan dampak positif bagi penjualan pupuk kandang. Pupuk kandang menjadi usaha yang cukup menjanjikan di tengah mewabahnya Pandemi Covid-19. Penerapan PSBB membuat banyak orang harus melakukan aktifitas di rumah lebih lama dari pada biasanya. pola kehidupan saat ini jelas memberikan kebosanan bagi masyarakat yang semula lebih banyak menghabiskan waktu dengan kesibukan di luar rumah seperti bekerja, berwisata atau sekedar melepas suntuk. Rasa jenuh membuat masyarakat mencari aktifitas yang cocok untuk kegiatan dirumah, salah satunya adalah berkebun (bertani).



BAB V

KESIMPULAN

B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik jual beli pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 Kota Palangka Raya menurut ekonomi Islam, berdasarkan hasil penelitian dari Peneliti bahwa praktik jual beli pupuk kandang yang ada di Kota Palangka Raya telah sesuai dengan jual beli yang belandaskan pada hukum Islam, yaitu telah terpenuhinya rukun dan syarat sah jual beli, serta prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam. Sehingga jual beli pupuk kandang sah dan diperbolehkan.
2. Potensi ekonomi penjualan pupuk kandang pada masa pandemi Covid-19 di Kota Palangka Raya mengalami peningkatan permintaan. Meskipun pandemi telah membatasi berbagai aktivitas pada masyarakat, dan memberikan dampak yang negatif bagi para pelaku UMKM, tetapi penjualan pupuk kandang saat ini justru memberikan keuntungan.

2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Peneliti memberikan beberapa saran. Adapun saran-saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat Kota Palangka Raya, agar selalu menjaga tata cara jual beli yang sesuai dengan hukum Islam, agar transaksi jual beli tersebut mendapatkan keberkahan dari Allah SWT baik di dunia maupun di akhiran kelak.
2. Bagi penjual pupuk kandang harus lebih meningkatkan kualitas produk, dan kualitas pelayanan dalam berjualan, serta tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan dalam syari'at Islam.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk bisa melakukan penelitian mengenai jual beli pupuk kandang dengan sistem pemasaran secara online dan mekanisme penetapan harga pada jual beli pupuk kandang cair.
4. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam memperdalam penelitian dengan melihat dari sudut pandang yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abidin, Miranty. *Mencari Makna Hidup*, Yogyakarta: Hikmah, 2002.
- Abu Bakar Jabir Al-Jaza'iri, Syaikh. *Minnajul Muslim*, Jakarta: Darul Haq, 1998.
- Abu Bakar Jabir Al-Jaza'iri, Syaikh. *Minnajul Muslim*, Jakarta: Darul Haq, 1998.
- Al-Hafizh, Al-Faqih, Ibnul Mundzir An-Naisaburi, *Al-Ijma'*, Jakarta: Akbar Media, 2021.
- Al-Hafizh, Al-Faqih, Ibnul Mundzir An-Naisaburi, *Al-Ijma'*, Jakarta: Akbar Media, 2021.
- Al-Hafizh, Al-Faqih, Ibnul Mundzir An-Naisaburi, *Al-Ijma'*, Jakarta: Akbar Media, 2021.
- Anandari, Grasela Novita Trifosa, Putri Ageng Prasetianingtias, *Provinsi Kalimantan Tengan dalam Angka*, Kalimantan Tengah: Badan Pusat Statistik Provinsin Kalimantan Tengah, 2022.
- Ananta Rivandi Widjajaatmadja, Cucu Solihah, Dhody. *Akad Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah dalam Bentuk Akta Otentik*, Malang: Inteligencia Media, 2019.
- Aqmal Latif, Alfin el Fikri, Syahrul. *Super Spiritual Quotent*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.
- Asy-Syafi' i, Imam. *Al Umm 5*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2014.
- Milles dan A. Michael Huberman, Matthew. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Uneversitas Indonesia Press, 1999.
- Badan Pusat Statistik, *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020*, 2021.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.

- Firdaus dan Fakri Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Gibtiah, *Fikih Kontemporer*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Harahap, Yenni Samri Juliati Nasution, Marliyah, dkk, Isnaini. *Hadis-hadis Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Hartatik, Wildiwati, Wiwik. *Pupuk Kandang*, t.dt.
- Ibnu Hajar Al-Asqalani, Al-Hafizh. *Terjemahan Lengkap Bulughul Maram*, Jakarta: Akbar Media, 2012.
- Ibrahi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Karim, Adiwarmam. *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2007.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an*, Bandung, 2019.
- Lent dan Genevieve Tour, Robin. *88 Strategi Penjualan Eksklusif*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Mamik, *Metode Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang: UNIMMA PREES, 2018.
- Mochlisin, *Kewarganegaraan*, Jakarta: Interplus, 2007.
- Moleong, Lexi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muh. Fitrah, Luthfiyah, *Metodologi Penelitian*, Jawa Barat: CV. Jejak, 2018.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Purba, Ringkop Situmeang, Hanif Fatur Rohman, dkk, Tioner. *Pupuk dan Teknologi Pemupukan*, Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Qudamah, Ibnu. *Al Mughni 5*, t.dt.
- Rahayu Tanama Putri, Budi. *Manajemen Pemasaran*, tdt.

- Rahman Ghazaly, Abdul. *Fiqh Muamalat*, Jakarta; Prenadamedia, 2018.
- Rangga Bawono, Erwin Setyadi, Icuik. *Potensi Desa di Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindi, 2019.
- Sahrani, Ru'fah Abdullah, Sohari. *Fikih Muamalah*, Bogor : Kencana, 2011.
- Sayyidati Rahimah, Desy. *Berkebun Organik Buah dan Sayur*, Jakarta: Penebar Swadaya Group, 2018.
- Soleh, Ahmad. *Strategi Pengembangan Potensi Desa*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suhrawardi dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Sulaiman Ahmad Yahya Al-Faifi, Syaikh. *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2009.
- Susanto, Ahmad. *Bimbingan dan Konseling*, Jakarta: Prenada Media Group, 2018.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2004
- Syarifudin, Amir. *Garis-garis Besar Fiqih*, Jakarta : Kencana, 2003.
- Vista Okta Frida, Catharina. *Ekonomi Syariah Pengantar Ekonomi Islam*, Jakarta: Garudhawaca, 2020.
- Weda Raharja, Herukkmi Septa Rinawati, Tri. *Penguata Setrategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019.
- Winardi, *Kamus Ekonomi*, Bandung: Alumni, 1982.
- Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, Ika. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana, 2014.

B. Jurnal dan Skripsi

- Al Della, Devi Fitri Ramadhani, Elfrida Sinaga, Dkk, Riva. *Perubahan Kebiasaan Masyarakat Selama Pandemi Covid-19*, Vol. 1, No. 1, 2021.
- Amelia Putri, Rawida. *Pelaksanaan jual beli pupuk kandang ditinjau menurut Hukum Islam Studi Kasus Desa Muara Jalai Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar*, Skripsi, Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2018.
- Fadilah, Nur. *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah*, Vol. 1, No. 2, 2020.
- Farida dkk, Ida. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan Gojek Online*, Vol.1 , No.1 , 2016.
- Firia Pratiwi, Sindi. *Pemahaman Masyarakat Tentang Pupuk Kandang Studi kasus diKampung Agung Timur Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah*, Skripsi, Metro: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019.
- Gunawan, Barbara. *Pendampingan produksi dan pemasaran limbah sapi di Nambangan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal. Vol. 3, No. 1, 2020.
- Jannah, Mukhlisatul. *Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Tingkat Pejualan Terhadap Laba Kotor*, Vol. 4, No. 1, 2018.
- Khairunisa, *Pengaruh Pemberian Pupuk Organik, Anorganik, dan Kombinasinya Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Sawi*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Manurung, Candra. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pupuk Kandang di Desa Sembungan Kecamatan Cangkringan*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2019.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang: UNIMMA PREES, 2018.
- Mujiatun, Siti. *Jual Beli Perspektif Islam*, Jurnal Vol. 13, No. 12, 2013.
- Pangat, “ *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli Pupung Kandang di Desa angka Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatra*”, Skripsi, Palembang: Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah, 2018.

Rosa, Lidya. *Pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang dan Jaringan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pedagang Tanaman Hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Mrawa, Skripsi*, Universitas Sumatra Utara, 2017.

Shobirin, *Jual Beli dalam Pandangan Islam*, Vol. 3, No. 2, 2015.

Soleh, Ahmad. *Strategi Pengembangan Potensi Desa*, Vol. 5, No. 1, 2017.

Wijayanti, Dewi. *Jual Beli Pupuk Kandang Dalam Perspektif Masalah dan Mursalah Studi Kasus Rumah Produksi Pupuk Kandang Gemara Desa Babakan Kecamatan Bodeh Kabupaten Pematang Jaya, Skripsi*, Pekalongan: Institut Agama Islam Pekalongan, 2019.

C. Internet

<https://palangkaraya.go.id/selayang-padang/sejarah-palangka-raja/>, Diakses pada 23 Maret 2022, Pukul 12:20 WIB.

<https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/visi-misi/>, Diakses pada 23 Maret 2022. Pukul 14:40 WIB.

<https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/geografis/>, Diakses pada 23 Maret 2022. Pukul 15:05.

