Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 30563-30570

PENGARUH PENJUALAN PAKAIAN BEKAS TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR SAMBU KOTA MEDAN

Muhammad Ilham[1], Nurhadida Nasution[2]

[1,2]Universitas Deli Sumatera

Ilhamdzikri28@gmail.com, nurhadidanasution96@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam hal pembelian pakaian. Munculnya platform penjualan online mendorong meningkatnya minat konsumen terhadap produk pakaian bekas impor (thrift) karena dianggap lebih murah, unik, dan sesuai dengan tren mode. Kondisi ini menimbulkan tantangan bagi pedagang tradisional di Pasar Sambu Kota Medan yang selama ini dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan pakaian bekas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penjualan pakaian bekas melalui media online terhadap tingkat pendapatan pedagang di Pasar Sambu. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan penjualan pakaian bekas secara online memberikan dua implikasi utama. Pertama, munculnya persaingan harga yang lebih ketat, yang berpengaruh pada penurunan pendapatan sebagian pedagang tradisional. Kedua, terdapat pedagang yang mampu memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran tambahan sehingga berhasil mempertahankan bahkan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, penjualan pakaian bekas online tidak hanya menghadirkan tantangan, tetapi juga membuka peluang bagi pedagang Pasar Sambu untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran berbasis digital.

Kata Kunci: Pakaian bekas, penjualan, pendapatan pedagang, Pasar Sambu, Medan

ABSTRACK

The advancement of digital technology has transformed consumer purchasing behavior, including in the clothing sector. The rise of online platforms has increased consumer interest in second-hand clothing (thrift) due to its affordability, uniqueness, and alignment with fashion trends. This development poses challenges for traditional traders in Sambu Market, Medan, which has long been recognized as a center for second-hand clothing trade. This study aims to analyze the impact of online second-hand clothing sales on the income levels of traders in Sambu Market. A descriptive-qualitative approach was employed, with data collected through interviews, observations, and documentation.

The findings reveal two main implications of online second-hand clothing sales. First, the emergence of tighter price competition has contributed to a decline in income for some traditional traders. Second, several traders have successfully utilized digital platforms as an additional marketing channel, enabling them to maintain or even increase their income. Therefore, online thrift sales not only present challenges but also provide opportunities for Sambu Market traders to adapt by integrating digital-based marketing strategies.

Keywords: Second-hand clothing, sales, traders' income, Sambu Market, Medan.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pendapatan masyarakat pada dasarnya dapat dipahami sebagai seluruh penerimaan yang diperoleh individu maupun rumah tangga, baik dalam bentuk gaji maupun imbalan atas jasa dan usaha yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu, umumnya satu bulan, yang kemudian digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Di samping itu, terdapat pula pendapatan dari usaha sampingan yang berfungsi sebagai tambahan di luar aktivitas atau pekerjaan utama. Pendapatan tambahan tersebut dapat dimanfaatkan secara langsung untuk menunjang kebutuhan rumah tangga maupun memperkuat pendapatan pokok. Salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang berperan dalam menghasilkan pendapatan adalah kegiatan jual-beli. Dalam perspektif Islam, perdagangan atau jual-beli merupakan bentuk usaha yang dianjurkan karena mengandung nilai produktif, memberikan manfaat timbal balik antara penjual dan pembeli, serta mendukung keberlangsungan kehidupan ekonomi masyarakat secara adil dan berkelanjutan. Assauri, Sofjan. (2002)

Perdagangan pada hakikatnya merupakan aktivitas ekonomi yang berhubungan dengan proses pertukaran barang maupun jasa antara pelaku usaha, yang bertujuan untuk mengalihkan hak kepemilikan sekaligus memperoleh imbalan atau kompensasi. Dalam konteks perekonomian nasional, kegiatan perdagangan memiliki peran strategis karena menjadi salah satu penopang utama keberlangsungan aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu bentuk praktik perdagangan yang berkembang di kalangan masyarakat adalah perdagangan pakaian bekas. Menurut Kotler, Philip. (2008)

Aktivitas ini erat kaitannya dengan mekanisme impor, mengingat sebagian besar produk yang diperdagangkan berasal dari luar negeri. Lebih jauh, praktik perdagangan tidak hanya dipandang sebagai sarana memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai media untuk membentuk konsumen yang cerdas, yakni konsumen yang memiliki kemampuan kritis, berani menuntut serta menjalankan hak dan kewajibannya, serta mampu melindungi diri, keluarga, dan lingkungannya dari produk barang maupun jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan. Hal ini menjadi penting terutama dalam aspek perlindungan terhadap kesehatan, keamanan, keselamatan, serta kelestarian lingkungan hidup.

Pakaian impor bekas pada dasarnya merupakan produk tekstil yang telah digunakan sebelumnya, sehingga berbeda dari pakaian *reject* yang pada umumnya masih dalam kondisi baru namun memiliki cacat produksi, seperti jahitan yang kurang rapi, kesalahan pemasangan kancing, atau berasal dari *garment store* yang menyimpan stok dalam jangka waktu lama sebelum akhirnya dijual kembali oleh pihak tertentu. Asal negara pakaian bekas impor cukup beragam, namun sebagian besar didatangkan dari Jepang dan Korea. Kedua negara tersebut menjadi pemasok utama karena produk pakaian bekas yang mereka hasilkan memiliki karakteristik ukuran yang relatif serupa dengan postur tubuh masyarakat Indonesia, sehingga lebih mudah diterima dan diminati oleh konsumen domestik. Pakaian bekas impor di Indonesia dikategorikan sebagai barang ilegal karena keberadaannya tidak sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Status ilegal tersebut muncul akibat mekanisme pemasukan barang yang dilakukan secara tidak resmi, umumnya melalui jalur penyelundupan di pelabuhan kecil dengan tingkat pengawasan yang rendah. Oleh sebab itu, aktivitas jual-beli pakaian bekas impor dilarang beredar secara bebas karena tidak memperoleh izin resmi dari otoritas terkait.

Pada era modern, fashion menempati posisi penting sebagai salah satu objek konsumsi masyarakat. Setiap lapisan sosial memiliki gaya berpakaian yang berbeda, mulai dari mengikuti tren terbaru, menggunakan merek terkenal, hingga memilih pakaian baru sebagai simbol status sosial. Namun, di tengah tingginya permintaan terhadap produk fashion baru, masih terdapat kelompok masyarakat yang lebih memilih membeli pakaian bekas layak pakai. Pakaian bekas sendiri didefinisikan sebagai produk sandang yang sebelumnya telah digunakan oleh konsumen pertama, kemudian diperjualbelikan kembali untuk digunakan oleh konsumen berikutnya.

Lebih jauh, aktivitas perdagangan pakaian bekas terbukti memberikan kontribusi terhadap peningkatan kondisi ekonomi pedagang. Pendapatan yang diperoleh tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan keluarga sehari-hari, tetapi juga memungkinkan mereka membiayai pendidikan anak hingga ke jenjang perguruan tinggi. Dengan demikian, perdagangan pakaian bekas memiliki peran ganda,

yakni sebagai sumber penghidupan bagi pedagang serta sebagai sarana akses ekonomi masyarakat terhadap produk fashion dengan harga terjangkau. Badroen, Faisal (2016)

Perdagangan pakaian bekas di berbagai pasar tradisional, salah satunya di Pasar Sambu, Jalan Sutomo, Kota Medan, telah berlangsung selama beberapa tahun terakhir. Aktivitas ini memberikan dampak positif, baik bagi pedagang maupun konsumen. Dari sisi pedagang, penjualan pakaian bekas dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan, bahkan dalam beberapa kasus mencapai hampir dua kali lipat dari modal awal. Sementara itu, bagi konsumen, pakaian bekas menawarkan alternatif kebutuhan sandang dengan harga murah, terjangkau, serta tetap memiliki kualitas yang baik.

Jumlah pedagang pakaian bekas di Pasar Sambu diperkirakan mencapai sekitar 50 orang. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan pedagang berkisar antara Rp500.000 hingga Rp1.000.000 per hari, dengan modal awal sekitar Rp2.000.000, tergantung pada jenis pakaian yang diperjualbelikan. Tingkat pendapatan tersebut umumnya telah mampu memenuhi kebutuhan hidup pedagang dan keluarganya. Namun, situasi berbeda terjadi sejak pandemi Covid-19, di mana pendapatan pedagang mengalami penurunan drastis hingga mencapai 70% dibandingkan dengan kondisi sebelum pandemi.

LANDASAN TEORI

Menurut Kotler (dalam Rusli & Hendra), penjualan dipandang sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu maupun kelompok berusaha memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, serta mempertukarkan produk yang memiliki nilai dengan pihak lain. Chairul Marom menekankan bahwa penjualan merupakan kegiatan penawaran barang sebagai usaha pokok perusahaan yang dilakukan secara teratur. Sementara itu, Suryana mendefinisikan penjualan sebagai aktivitas penyajian produk untuk menarik minat konsumen sehingga mendorong terjadinya pembelian. Selanjutnya, Preston dan Nelson (dalam Winardi) menegaskan bahwa penjualan terjadi ketika pembeli dan penjual bertemu dengan tujuan melakukan pertukaran barang atau jasa berdasarkan nilai tertentu, misalnya berupa uang. Bi Rahmani, Nur Ahmadi (2016)

Pertama, **kondisi dan kemampuan penjual** memiliki peranan penting karena proses jual beli melibatkan interaksi antara penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Keberhasilan penjualan bergantung pada kemampuan penjual dalam meyakinkan konsumen. Hal ini mencakup pemahaman terhadap jenis dan karakteristik produk yang ditawarkan, penetapan harga, serta syarat-syarat penjualan seperti sistem pembayaran, pengantaran, pelayanan, dan garansi.

Kedua, **kondisi pasar** juga turut menentukan kelancaran penjualan. Pasar sebagai himpunan pembeli atau target sasaran memengaruhi dinamika penawaran dan permintaan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan antara lain jenis pasar, segmentasi konsumen, daya beli, frekuensi pembelian, serta preferensi atau kebutuhan pembeli.

Ketiga, **ketersediaan modal** menjadi faktor pendukung yang tidak kalah penting. Penjualan akan lebih sulit dilakukan apabila produk yang ditawarkan belum dikenal oleh konsumen atau lokasi pasar jauh dari tempat penjual. Dalam situasi demikian, dibutuhkan strategi pengenalan produk melalui berbagai upaya seperti penyediaan sarana transportasi, fasilitas peragaan, hingga promosi. Keseluruhan upaya ini hanya dapat terlaksana apabila penjual memiliki modal yang memadai untuk menunjang kegiatan penjualannya.

Dalam perspektif ilmu ekonomi, **pendapatan** dipahami sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh individu dalam suatu periode tertentu dengan tetap mempertahankan kondisi ekonomi yang sama pada akhir periode tersebut. Definisi ini menekankan pada aspek kuantitatif pengeluaran konsumsi dalam kurun waktu tertentu. Secara lebih luas, pendapatan tidak hanya mencerminkan konsumsi, tetapi juga mencakup akumulasi kekayaan pada awal periode ditambah hasil atau penerimaan yang diperoleh selama periode berlangsung. Dengan demikian, pendapatan dapat dimaknai sebagai seluruh penghasilan yang diterima seseorang sebagai imbalan atas kinerja atau kontribusinya dalam jangka waktu tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan.

Secara umum, **pendapatan** dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok utama. Pertama, **gaji dan upah**, yaitu kompensasi yang diterima individu atas jasa yang diberikan kepada pihak lain dalam jangka waktu tertentu, baik harian, mingguan, maupun bulanan. Kedua, **pendapatan dari usaha**

sendiri, yaitu keuntungan bersih yang dihasilkan dari aktivitas produksi milik pribadi atau keluarga setelah dikurangi biaya operasional, meskipun dalam praktiknya nilai sewa modal dan biaya tenaga kerja keluarga sering kali tidak diperhitungkan secara eksplisit. Ketiga, **pendapatan dari usaha lain**, yakni penerimaan yang diperoleh tanpa keterlibatan langsung tenaga kerja, seperti hasil sewa aset, bunga tabungan, dividen, tunjangan pensiun, maupun bentuk transfer pendapatan lainnya. Selain berdasarkan sumbernya, pendapatan juga dapat diklasifikasikan menurut bentuk perolehannya menjadi dua jenis. Pertama, **pendapatan kotor**, yaitu total penerimaan dari hasil penjualan atau omzet sebelum dikurangi biaya-biaya produksi maupun operasional. Kedua, **pendapatan bersih**, yakni pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi seluruh beban biaya, termasuk pembelian bahan baku, biaya transportasi, retribusi, maupun pengeluaran lain, sehingga mencerminkan selisih antara total penerimaan (*revenue*) dengan total biaya (*cost*).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah **jam kerja operasional**. Durasi waktu berdagang menentukan peluang transaksi yang terjadi. Semakin lama jam kerja kios di pasar, semakin besar kemungkinan pedagang memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Dengan demikian, pendapatan pedagang dipengaruhi oleh kombinasi faktor modal, lokasi usaha, serta jam operasional yang dijalankan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah **pendekatan kualitatif**. Penelitian kualitatif pada dasarnya bersifat deskriptif serta memanfaatkan analisis dengan pola induktif. Prosesnya dilakukan dalam kondisi alamiah (natural setting) sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Data yang dihimpun dalam penelitian kualitatif tidak berbentuk angka, melainkan berupa informasi naratif yang bersumber dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, maupun dokumen resmi yang relevan.

Selain itu, penelitian kualitatif memiliki karakter siklus yang berlangsung secara berulang, sehingga peneliti dapat mengungkapkan realitas lapangan secara lebih cermat dan menyeluruh. Proses ini diawali dengan survei pendahuluan untuk mengenali kondisi lapangan serta karakteristik subjek yang menjadi fokus penelitian. Dalam konteks penelitian ini, lokasi kajian dipusatkan di **Pasar Sambu, Jalan Sutomo, Kota Medan**, yang dikenal sebagai salah satu pusat perdagangan pakaian bekas impor terbesar di wilayah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada dekade 1990-an, **Pasar Sambu** dikenal sebagai pasar tradisional tertua sekaligus terbesar di Kota Medan. Pasar ini menjadi pusat aktivitas perdagangan, terutama bagi pedagang dari berbagai kota di Sumatera Utara dan Aceh yang membeli barang dalam jumlah besar karena harga yang relatif terjangkau. Salah satu karakteristik yang menonjol dari Pasar Sambu adalah posisinya sebagai sentra penjualan **pakaian impor bekas** (*second branded*) dengan harga yang bervariasi, mulai dari murah hingga obral. Pasar ini berlokasi di Jalan Sutomo, Kota Medan, bersebelahan dengan Medan Mall dan berjarak sekitar 10 kilometer dari Kantor Gubernur Sumatera Utara.

Secara historis, pasar di Kota Medan sudah ada sejak masa kolonial. Pembangunan pasar pertama kali disahkan dalam sidang *Gementeraad* pada 29 April 1929, dimulai pada 2 April 1931, dan selesai pada 21 Desember 1932. Pusat Pasar diresmikan pada 1 Maret 1933 dengan pembagian kompleks menjadi empat gedung. Namun, pada 1971 dua gedung terbakar, dan sisanya kembali habis terbakar pada 1978. Kondisi ini memaksa para pedagang berjualan di sepanjang jalan sekitar lokasi pasar, yang kemudian berkembang menjadi kawasan strategis perdagangan. Pada dekade 1980-an, kawasan tersebut semakin ramai, menarik pedagang dari berbagai daerah. Pemerintah kemudian membangun gedung pasar baru yang lebih tertata, dan pada 1990-an pembangunan Medan Mall membuat kawasan perdagangan semakin terintegrasi karena kedua bangunan tersebut saling terhubung.

Hingga kini, Pasar Sambu dihuni oleh berbagai jenis pedagang, baik yang berjualan di kios, grosir, maupun pedagang kaki lima. Para pedagang berasal dari beragam etnis, dengan komoditas dagangan yang bervariasi, mulai dari sayuran, buah-buahan, aksesori, hingga pakaian bekas impor.

Keberadaan pasar ini tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, tetapi juga memberikan peluang ekonomi, khususnya bagi pedagang kecil dan kaki lima di sekitar kawasan pasar.

Pada awalnya, sebagian besar pedagang di Pasar Sambu lebih banyak menjual pakaian baru. Namun, pada tahun 1995 jumlah pedagang yang beraktivitas di kawasan ini masih relatif sedikit, bahkan dapat dihitung dengan jari. Perkembangan signifikan mulai terlihat pada tahun 1998, ketika Pasar Sambu semakin dikenal sebagai pusat perdagangan pakaian bekas impor. Sejak saat itu, jumlah pedagang meningkat pesat hingga memadati area pasar. Hingga kini, tercatat terdapat lebih dari 50 pedagang yang aktif berjualan di Pasar Sambu.

Di Pasar Sambu Medan, mekanisme jual beli pakaian bekas umumnya berlangsung antara distributor dengan agen maupun pembeli akhir. Distributor dalam konteks ini merupakan pelaku usaha yang memperoleh pasokan barang dari pemasok pakaian impor yang masuk melalui jalur pelabuhan, antara lain di Tanjung Balai dan Simalingkar, serta sebagian didatangkan dari kota Bandung.



Sistem transaksi jual beli antara pedagang dengan distributor pakaian bekas di Pasar Sambu umumnya menyesuaikan dengan jenis barang yang dibutuhkan oleh pedagang. Para distributor biasanya telah mengemas pakaian bekas tersebut dalam satuan wadah tertentu yang disebut *ball*. Setiap *ball* berisi kategori pakaian yang homogen, misalnya khusus berisi baju, celana, atau jenis pakaian lainnya. Mekanisme pengemasan ini mempermudah proses distribusi sekaligus memudahkan pedagang dalam menentukan pilihan barang sesuai kebutuhan pasar.

Adapun daftar barang dan harga/ball adalah sebagai berikut:

Daftar Barang dan harga perball Pakaian Bekas

NO	NAMA PAKAIAN	HARGA/BALL
1	Pakaian Dewasa (celana katun, celana keper)	RP.5.000
2	Pakaian Dewasa (celana jeans panjang laki-laki dan perempuan	RP.7.500
3	Pakaian Dewasa (kaos oblong laki-laki dan perempuan	RP.6.500
4	Pakaian Dewasa (baju kemeja laki-laki dan perempuan	RP.7.000
5	Pakaian Dewasa Perempuan (kaos oblong dan kemeja)	RP.3.000
6	Pakaian Dewasa (celana trening/olahraga, boxer)	RP.4.000
7	Pakaian Dewasa Perempuan (celana keper, celana kulot)	RP.4.500

Dari tabel diatas sudah jelas bahwasanya ada perbedaan dari segi harga dimana perbedaan tersebut diakibatkan jenis pakaian yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini, salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam. Peneliti telah menetapkan kriteria tertentu dalam menentukan narasumber, yaitu individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, serta

informasi relevan terkait aktivitas perdagangan pakaian bekas impor di Pasar Sambu. Berdasarkan kriteria tersebut, dipilih beberapa narasumber utama sebagai berikut:

1. **Rinto Aritonang (34 tahun, menikah, pedagang pakaian bekas impor).** Rinto merupakan pedagang yang relatif baru menjalankan usaha di Pasar Sambu, dengan pengalaman sekitar 2 tahun 5 bulan. Ia dipilih sebagai narasumber karena dinilai kooperatif serta memiliki pemahaman yang cukup mengenai praktik perdagangan pakaian bekas impor.
2. **David Togatorop (33 tahun, belum menikah, pedagang pakaian bekas impor).** David merupakan pedagang yang telah cukup lama berjualan di Pasar Sambu. Ia melanjutkan usaha perdagangan pakaian bekas yang sebelumnya dijalankan oleh orang tuanya, sehingga memiliki wawasan mengenai dinamika pasar dari waktu ke waktu.
3. **Ida (50 tahun, menikah, pedagang pakaian bekas impor).** Ida adalah pedagang dengan pengalaman panjang, yakni telah berjualan selama kurang lebih 19 tahun. Berbeda dengan sebagian besar pedagang lain yang masih menyewa kios, Ida sudah memiliki kios permanen di Pasar Sambu, yang menunjukkan stabilitas usahanya dalam jangka panjang.

Aktivitas perdagangan barang bekas di Kota Medan, khususnya komoditas pakaian *second hand*, telah berkembang menjadi suatu praktik yang memiliki karakteristik tersendiri. Sejak tahun 1998, Pasar Sambu dikenal sebagai salah satu sentra utama dalam distribusi dan penjualan pakaian bekas di Medan. Jumlah pedagang yang pada awalnya relatif terbatas, secara bertahap mengalami peningkatan seiring dengan semakin kuatnya identitas Pasar Sambu sebagai pusat perdagangan barang bekas di kota tersebut.

Fenomena berkembangnya perdagangan pakaian bekas di Pasar Sambu dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat sebagai sumber mata pencaharian. Salah satu contohnya adalah Rinto Aritonang, seorang pedagang berusia 34 tahun yang telah menekuni usaha ini selama kurang lebih 2,5 tahun. Jenis barang dagangan yang ia jual meliputi celana jeans, kemeja, serta kaos oblong, yang diperolehnya dari pemasok di kawasan Simalingkar. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa Rinto memulai usahanya dengan modal awal sekitar Rp 60.000.000, yang dialokasikan untuk penyewaan kios dan pembelian stok pakaian bekas. Pola pembelian dilakukan melalui sistem *bal*, yakni karung berisi sekitar 200 potong pakaian dengan harga yang bervariasi sesuai jenisnya: celana Rp5.000.000 per *bal*, celana jeans panjang Rp7.500.000 per *bal*, kaos oblong Rp6.500.000 per *bal*, dan kemeja Rp7.000.000 per *bal*.

Selain itu, narasumber lain yaitu Ibu Ida, telah berprofesi sebagai pedagang pakaian bekas di Pasar Sambu selama kurang lebih 19 tahun. Berbeda dengan pedagang lain yang masih menyewa kios, Ibu Ida telah memiliki kios sendiri, sehingga tidak lagi terbebani biaya sewa bulanan. Barang dagangan yang dipasarkan berupa celana *training* dan celana pendek. Aktivitas perdagangan yang dilakukan kedua narasumber tersebut memperlihatkan bahwa sektor jual beli pakaian bekas di Pasar Sambu berperan signifikan dalam menopang kebutuhan ekonomi rumah tangga pedagang.

Dari aspek pendapatan, hasil wawancara dengan para narasumber menunjukkan bahwa penghasilan pedagang pakaian bekas di Pasar Sambu bersifat fluktuatif dan sulit dihitung secara pasti, mengingat jumlah penjualan harian yang bervariasi. Meskipun demikian, secara umum pendapatan bulanan yang diperoleh telah mampu memenuhi kebutuhan pokok baik harian maupun bulanan. Berdasarkan temuan lapangan melalui wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa kondisi ekonomi serta tingkat kesejahteraan pedagang pakaian bekas di Pasar Sambu relatif stabil dan berada pada kategori baik. Aktivitas perdagangan pakaian bekas terbukti memberikan kontribusi positif terhadap pemenuhan kebutuhan hidup para pedagang dan keluarganya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Dampak Penjualan Pakaian Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Sambu Kota Medan. maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perdagangan pakaian bekas di Pasar Sambu Kota Medan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian pedagang. Pendapatan yang diperoleh umumnya telah mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari, sehingga kondisi ekonomi serta tingkat kesejahteraan para pedagang dapat dikategorikan baik.Di sisi lain, terdapat sejumlah faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan aktivitas perdagangan. Pertama, pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan pendapatan akibat berkurangnya daya beli konsumen. Kedua, adanya

kebijakan pemerintah yang melarang impor pakaian bekas berdampak pada keterbatasan akses pedagang terhadap pasokan barang. Ketiga, beberapa konsumen mengajukan keluhan terkait kondisi pakaian yang diperoleh. Meskipun demikian, terdapat pula faktor pendukung yang memperkuat keberlangsungan usaha, antara lain harga yang terjangkau, kualitas pakaian yang cukup baik, serta reputasi Pasar Sambu sebagai pusat perdagangan pakaian bekas. Faktor-faktor pendukung ini menjadikan pakaian bekas tetap diminati, khususnya oleh masyarakat menengah ke bawah yang ingin memperoleh produk bermerek dengan harga yang lebih rendah.

SARAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang perlu diperhatikan dalam upaya peningkatan kualitas pengelolaan Pasar Sambu. Pertama, dari sisi manajemen pasar, diperlukan perbaikan infrastruktur khususnya terkait keamanan dan kebersihan. Aspek keamanan menjadi penting mengingat sebagian konsumen merasa kurang nyaman ketika berbelanja, sedangkan pengelolaan kebersihan menuntut adanya fasilitas pembuangan sampah yang memadai agar pasar terjaga dari kondisi kumuh maupun becek. Selain itu, penataan kios pedagang secara lebih teratur juga diperlukan untuk menciptakan keteraturan dan kenyamanan bagi pengunjung.

Kedua, dari sisi kualitas barang dagangan, pedagang perlu lebih selektif dalam menjual pakaian bekas. Upaya menjaga kualitas dapat dilakukan dengan mencuci pakaian sebelum dipasarkan serta menempatkannya pada lokasi yang bersih sehingga terhindar dari debu maupun kontaminasi lain yang dapat menurunkan nilai jual produk.

Ketiga, pedagang diharapkan mampu mengembangkan praktik pencatatan keuangan yang lebih sistematis. Laporan keuangan akan membantu pedagang dalam memantau perkembangan usahanya, baik dalam hal peningkatan maupun penurunan pendapatan, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan usaha di masa mendatang.

REFERENCES

A Paul, Samuel dan William D Nordhaus. (2000) Ilmu Mikro Ekonomi. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.

Arifah, Risma Nur (2015) Kendala-Kendala Pencegahan Perdagangan Pakaian Bekas Di Kota Malang. Jurnal Syariah Dan Hukum. Vol. 7, No. 1.

Assauri, Sofjan. (2002) Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Badroen, Faisal (2016) Etika Bisnis Dalam Islam. Jakarta: Kencana Prenada Group.

Bi Rahmani, Nur Ahmadi (2016) Metodologi Penelitian Ekonomi. Medan: FEBI UINSU Press.

Bungin, Muhammad Burhan (2000) Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenad Media Group.

Creswell, Jhon W. (2010) Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Dewi, Ni Made Indah Krisna, et, al. (2020) Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar. Jurnal Interpretasi Hukum, Vol. 1, No. 1.

Firdaus, et, al. (2013) Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Dipasar Bintaro Demak. Jurnal Economics, Vol. 2.

Gregory, N. Mankiw. (2003) Teori Makro Ekonomi. Jakarta: Erlangga.

Gusrizal, Rogi, et, al. (2016) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. Jurnal Valuta. Vol. 2, No. 2.

Irawan, Agus, et, al. (2016) Sistem Imformasi Perdagangan Pada PT Yoltan Sari Menggunakan PHP Berbasis WEB. Jurnal POSITIF, Vol. 1, No. 2.

Islami, Shofia Amaliani, et, al. (2015) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Sepatu Pasar Kota Kembang Bandung). Jurnal Prosiding Manajemen, Vol. 1, No.2.

Isnanto, Kuat. (2009) Manajemen Syari'ah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kotler, Philip. (2008) Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Lent, Robin dan Genevieve Tour. 88 (2008) Strategi Penjualan Eksklusif. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Marom, Chairul. (2002) System Akuntansi Perusahaan Dagang. Jakarta: PT. Prenhallindo.
Sadono, Sukirno. (2006) Teori Pengantar Ekonomi Makro. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
Sumarni, Murti. (2003) Baura Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Liberty.
Taufik, et, al. (2020) Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Ekistensi Platform Online. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, No 1.
Winardi. (1998) Ilmu Dan Seni Menjual. Bandung: Nova.