

**INOVASI PENJUALAN SAYUR DI ERA DIGITAL MELALUI
PENGUATAN NILAI KEADILAN DAN KEBERKAHAN DI
DESA PETUNG KECAMATAN BANGSALSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

Mohammad Rizal

NIM : 222105020017

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI 2026**

**INOVASI PENJUALAN SAYUR DI ERA DIGITAL MELALUI
PENGUATAN NILAI KEADILAN DAN KEBERKAHAN DI
DESA PETUNG KECAMATAN BANGSALSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:
Mohammad Rizal
NIM : 222105020017

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI 2026**

**INOVASI PENJUALAN SAYUR DI ERA DIGITAL MELALUI
PENGUATAN NILAI KEADILAN DAN KEBERKAHAN DI
DESA PETUNG KECAMATAN BANGSALASARI
KABUPATEN JEMBER**

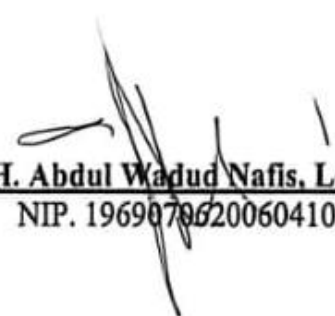
SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Disetujui Pembimbing


Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I.
NIP. 196907062006041001

**INOVASI PENJUALAN SAYUR DI ERA DIGITAL MELALUI
PENGUATAN NILAI KEADILAN DAN KEBERKAHAN DI
DESA PETUNG KECAMATAN BANGSALSARI
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 26 Februari 2026

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

(Dr. Nadia Azalia Putri, M.M.)

NIP: 199403042019032019

(Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M.)

NIP: 199202062020122009

Anggota :

1. Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I.
2. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I

(.....)

(.....)

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Prof. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag

NIP: 196812261996031001

MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ ۖ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman di antara kalian semuanya dan orang-orang yang berilmu. Dan Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu lakukan”. (Q.S AL-Mujadalah : 11).¹



¹ Al-Qur'an, 58: 11.

PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat dari Allah Swt. Yang Maha Penyang dan Maha Pengasih yang telah memberi petunjuk kepada hamba-Nya yang fakir ilmu ini sehingga dapat menyelesaikan penulisan ilmiah ini. Karya ini dipersembahkan oleh penulis kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Halil Ashari dan Ibu Zainab yang telah meluangkan segala waktunya dan memberikan dukungan penuh sehingga penulis bisa mencapai pada tahap ini. Terimakasih buat segala hal yang sudah diupayakan semoga Allah melindungi setiap langkah demi langkah dalam kehidupan ini.
2. Kakak Bahrud dan adek-adek ku tercinta yaitu Sofi, Qoyyim, Holif, dan Anwar yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam menempuh pendidikan tinggi ini.
3. Nenek Sarni yang selalu memberikan nasihat kepada penulis.
4. Para guru ngaji dan guru sekolah (MI, SMP, dan SMA) yang telah membimbing dari dini hingga saat ini.
5. Almamater tercinta yaitu Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu.
6. Pemerintah melalui Kartu Indonesia Pintar Kuliah yang telah menanggung semua biaya selama Pendidikan ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ungkapan rasa syukur, penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam studi di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Shalawat dan salam selalu senantiasa terlimpahkan kepada sosok yang menjadi suri tauladan bagi umat manusia dan menjadi penutup para Anbiya' yaitu Nabi Muhammad SAW.

Tugas akhir berupa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari semua pihak yang sudah membantu penulis. Semoga karya tulis ilmiah ini dapat membawa manfaat bagi semua kalangan. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Prof. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Sofiah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

6. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
7. Kepala Desa Petung dan Perangkat Desa Petung yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
8. Para Pedagang Sayur di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Dengan kerendahan hati yang tulus, semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang sudah diberikan dari berbagai pihak akan dipermudahkan segala urusannya oleh Allah Swt. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang baik dalam artian kurang sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif dan membangun. Besar harapan, semoga hasil penelitian skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Jember, 11 Januari 2026

Mohammad Rizal
NIM. 222105020017

ABSTRAK

Mohammad Rizal, Abdul Wadud Nafis, 2026: “Inovasi Penjualan Sayur Di Era Digital Melalui Penguatan Nilai Keadilan Dan Keberkahan Di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember”.

Kata Kunci: Inovasi Penjualan Digital, Usaha Sayuran, Nilai Keadilan, Keberkahan

Di era digital ini mengharuskan para pedagang untuk melakukan inovasi penjualan secara digital melalui media sosial guna untuk menambah pendapatan dan menjangkau konsumen dengan mudah. Dalam penjualan di era digital ini harus dilandasi oleh nilai-nilai keadilan dan keberkahan supaya terciptanya hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yaitu bagi pedagang dan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember?. 2) Bagaimana implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember?. 3) Bagaimana penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember?.

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember, 2) Untuk mengetahui implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember, 3) untuk mengetahui penguatan nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan teknik analisis data *interactive analysis*. Triangulasi sumber juga digunakan guna memastikan keabsahan data dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu: 1) Inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang sayur di Desa Petung dengan menerapkan langkah-langkah inovasi penjualan di era digital yaitu digitalisasi diri, pemesanan online, sistem pengantaran, sistem pembayaran, inovasi kemasan dan bundling produk, story wa, waktu unggah story sayuran, kolaborasi dengan supplier, dan peningkatan customer experience. 2) Jual beli yang dilakukan oleh pedagang sayur dengan menerapkan nilai keadilan dan keberkahan yaitu kejujuran, transparansi, saling menguntungkan, seimbang nilai dan harga, kesetaraan perlakuan, saling ridha, dan halal serta berkualitas. 3) Penguatan nilai keadilan dan keberkahan yang dilakukan oleh pedagang sayur yaitu kejujuran digitalisasi, transparansi pemesanan online, kesetaraan pengantaran, sayuran yang halal dan berkualitas pada kemasan dan bundling sayuran, saling menguntungkan kolaborasi dengan supplier, dan saling ridha pada sistem pembayaran.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	29
1. Inovasi Penjualan Di Era Digital	29
2. Nilai Keadilan	33
3. Nilai Keberkahan	38
BAB III Metode Penelitian.....	48
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Subjek Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49

E. Analisis Data	51
F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahap-Tahap Penelitian	54
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	56
A. Gambaran Objek Penelitian	56
B. Penyajian Data Dan Analisis.....	60
1. Inovasi Penjualan Sayur Yang Dilakukan Para Pedagang Di Era Digital Di Desa Petung Kabupaten Jember.....	60
2. Implementasi Nilai Keadilan Dan Keberkahan Dalam Jual Beli Sayur Di Desa Petung Kabupaten Jember	80
3. Penguatan Nilai Keadilan Dan Keberkahan Melalui Inovasi Penjualan Sayur Di Era Digital Di Desa Petung Kabupaten Jember	100
C. Pembahasan Temuan.....	109
BAB V PENUTUP.....	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	130

Lampiran-lampiran

1. Matrik Penelitian
2. Surat Pernyataan Keaslian Bermatrai
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Ijin Penelitian
5. Surat Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi Penelitian
8. Surat Keterangan Turnitin
9. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
10. Biodata Diri

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pedagang Sayur Yang Berbatasan Dengan Desa Petung	7
Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian	25
Tabel 4.1 Modal Usaha Pedagang Sayur.....	58
Tabel 4.2 Umur Pedagang Sayur.....	59
Tabel 4.3 Jumlah Sayuran Yang Di Jual	60

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Penjualan sudah ada sejak lama ketika manusia melakukan proses tukar-menukar barang.² Namun, dengan munculnya perkembangan ini, penjualan sekarang dapat dikenal sebagai transaksi jual beli di mana seluruh produk dapat dengan mudah dijual. Penjualan sangat penting bagi bisnis kecil, menengah, dan besar.³ Dengan meningkatnya jumlah produk yang diproduksi, dapat terjadi perdagangan dan pendistribusian produk dari produsen ke konsumen. Namun, dari waktu ke waktu, penjualan telah beralih dari tradisional ke modern. Dalam hal ini, Setiap pedagang membutuhkan strategi penjualan.⁴

Perubahan industri di negara-negara Barat memulai perkembangan penjualan modern. Penjualan adalah upaya untuk memastikan bahwa produk yang dijual diterima dan disukai oleh konsumen.⁵ Munculnya persaingan adalah hasil tambahan dari perubahan industri. Permintaan pasar mendorong pertumbuhan industri. Namun akibat kemajuan dan kemajuan teknologi persaingan produk di pasar perdagangan semakin meningkat, dan berbagai inovasi dalam metode penjualan mulai bermunculan.⁶

² Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015) 1.

³³ Moch. Chotib, *Manajemen Pemasaran* (Jember: Pena Salsabila, 2012), 7.

⁴ M.F Hidayatullah and others, 'Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia' Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan 7 Bisnis Syariah, 6.2 (2023), 2837.

⁵ Khamdan Rifa'I, *Pemasaran Suatu Pengantar* (Jember: Stain Jember Press, 2014), 1.

⁶ M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh,, Dan Nur Ika Mauliyah, 'Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.ID', Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 10.1 (2023), 126.

Para penjual harus menjadi inovatif dan kreatif karena kemajuan teknologi di era modern. Istilah “inovasi” berasal dari kata latin “innovare”, yang berarti memperbaiki. Dalam perdagangan, inovasi dapat didefinisikan sebagai proses membangun dan menerapkan konsep baru yang menghasilkan nilai tambahan.⁷ Adanya internet dan kemajuan teknologi saat ini, dunia perdagangan dapat berfungsi sebagai perantara penjualan untuk mempromosikan produk kepada calon pembeli dan meningkatkan nilai penjualan. Salah satu contohnya adalah digital marketing, yaitu kegiatan penjualan yang dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan melalui media tanpa terbatas oleh waktu atau lokasi.⁸

Digital marketing telah mengalami perkembangan belakangan ini.⁹ Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan penggunaan internet oleh banyak bisnis di seluruh dunia, terutama untuk periklanan dan promosi bisnis.¹⁰ Pelaku bisnis yang melakukan aktivitas jual beli telah mulai menggunakan penjualan digital.¹¹ Selain itu, masyarakat modern lebih suka membeli barang secara online melalui pasar. Saat ini, membeli secara online menjadi mudah tanpa harus datang ke tempatnya. Konsumen memiliki kemampuan untuk

⁷ Yayan Hendayana dan Achmad Fauzi, *Strategi Inovasi Pada Umkm* (Banyumas: Pt Pena Persada, 2024), 25.

⁸ Miguna Astuti, Rosali Sembiring dan Jenji Gunaedi Argo, *Strategi Pemasaran Digital Dan Perilaku Teknologi Pada Society 4.0* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022) 2.

⁹ Yudi Nur Supriadi dan Faisal Marzuki, *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital* (Yogyakarta: 2022), 1.

¹⁰ Minclute dan Olar. ‘*Approaches To The Modern Concept Of Digital Marketing*’, International Conference Knowledge Based Organization’ (2018). 24 (2), 63-69. <https://doi.org/10.1515/kbo-2018-0067>.

¹¹ Laila Nur Aini, Abdul Wadud Nafis dan Khmadan Rifa’I, ‘*Pengaruh Pemasaran Digital Dan Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim*’, Universitas Islam Indonesia: Jurnal Ekonomi Islam Lariba, 10.1 (2024) 383.

mendapatkan barang yang mereka beli diantarkan ke rumah mereka kapan saja mereka mau. Selain itu, pembayarannya mudah dilakukan dengan menggunakan sistem Cod. Sistem ini membuat masyarakat membuat keputusan pembelian secara online yang mudah.

Dalam penjualan di era digital ini, haruslah berlandaskan pada nilai keadilan dan keberkahan, sebab tanpa nilai keadilan akan merugikan salah satu pihak dan keberkahan merupakan puncak keberhasilan dalam bertransaksi. Menurut imam Al-Ghazali, konsep adil memiliki aturan umum untuk diterapkan. Ini dikenal sebagai al-dabit al-kully. Menurut Imam Al-Ghazali, standar ini berasal dari sebuah hadits, "*Tidak sempurna iman salah seorang diantara kalian, hingga dia mencintai untuk saudaranya apa yang dia cintai untuk dirinya sendiri.*" Menurut Imam Al-Ghazali, zalim adalah tindakan yang tidak mendatangkan kemudharatan bagi pihak lain dalam transaksi.¹²

Penelitian terdahulu jurnal yang ditulis oleh Aida Vitria, Abdurrahim, Ana Sofia Herawati, Purboyo, Amelia Wahyuni, dan Siti Zainab yang berjudul tentang “Optimalisasi Peningkatan Penjualan Sayur Hidroponik Melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Dengan Media Sosial Tiktok”. Menunjukkan bahwa peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan fitur TikTok untuk pemasaran digital. Implementasi yang dilakukan peserta berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui akun TikTok

¹² Abu Hamid Al-Ghazali. '*Ihya' Ulum Al-din*', Jilid II. 74-75.

mereka.¹³ Hal yang sama dari penelitian Renaldi Tirta Dinata berjudul “Pengenalan Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Sayur Pak Nipri Di Desa Lubuk Lagan Kabupaten Seluma” bahwa Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM Sayur Pak Nipri dalam menggunakan sarana digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan menunjukkan keberhasilan dan keberhasilan program ini.¹⁴

Jember merupakan Kabupaten di Jawa Timur dikenal dengan sebutan kota pandhalungan yang terletak diantara pegunungan iyan dan gunung argopuro. Jember mempunyai luas wilayah 293,34 km² dengan ketinggian diatas laut mencapai sekitar 0-3.330 m. Iklim tropis di Kabupaten Jember mencapai sekitar 23-32 derajat *celsius*. Karena tanahnya yang subur menjadikan Jember sebagai penghasil berbagai komoditas pertanian seperti sayuran, padi, tembakau, dan kopi. Kabupaten ini memiliki potensi agraris yang besar. Salah satu komoditas pertanian yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan adalah pertanian sayuran.

Sayuran merupakan bagian tanaman yang ditanam untuk dimakan bagian-bagiannya sebagai makanan, dimasak, atau olahan. Sayuran dapat mencakup segala jenis tumbuhan yang dapat dimakan, baik yang diperoleh dari akar, batang, daun, biji, bunga, atau bagian lain yang digunakan dalam masakan.

¹³ Aida Vitria dkk, *Optimalisasi Peningkatan Penjualan Sayur Hidroponik Melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Dengan Media Sosial Tiktok*, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin: Jurnal Pengabdian Indonesia, 1.2 (2025), 193.

¹⁴ Renaldi Tirta Dinata, *Pengenalan Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Sayur Pak Nipri Di Desa Lubuk Lagan Kabupaten Seluma*’ Jawa Kresinografi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1.2 (2025), 86-93.

Sayuran juga disebut sebagai makanan yang berasal dari tumbuhan yang biasanya mempunyai kandungan air.¹⁵

Berdasarkan dari hasil observasi, dan wawancara dari keempat pedagang sayur di Desa Petung Kabupaten Jember yang telah penulis wawancarai, para pedagang sayur di Desa Petung menjual sayurannya dengan menggunakan media sosial yaitu menjual sayuran dengan menggunakan WhatsApp. Pesatnya perkembangan teknologi bisa membawa manfaat jika digunakan dengan sebaik mungkin. Ibu Zainab, Ibu Iis, Ibu erwin, dan Bapak Nali yang merupakan penjual sayur di desa petung yang menjual sayurannya dengan memanfaatkan media sosial dalam menjualnya. Ibu Zainab dan pedagang lainnya awalnya berjualan secara manggon di rumahnya dan ada yang berkeling dari rumah ke rumah. Namun seiring dengan berkembangnya zaman dan kesulitan bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Petung karena mengurus keperluan rumah tangga seperti mengantar anak ke sekolah. Maka para pedagang sayur di Desa Petung mempunyai inovasi untuk menjual sayuran melalui pemesanan WhatsApp dengan sistem pengantaran sayuran ke rumah warga dan tanpa biaya ongkir.

Ketika ada warga yang ingin membeli sayuran secara online melalui WhatsApp kepada Ibu Zainab, hal pertama yang Ibu Zainab lakukan yaitu menimbang sayuran terlebih dahulu menggunakan timbangan digital agar terciptanya nilai keadilan dan mendapatkan keberkahan bagi ke dua belah pihak, setelah itu Ibu Zainab menyuruh anaknya untuk mengantarkan sayuran

¹⁵ Adinda Sofia, Lestari, Dan Abdur Rohman, 'Analisis Perkembangan Bisnis Pada Usaha Sayur Keringat Petani Dalam Sistematisasi Aspek Financial', Istisodina: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Islam, 7.1 (2024), 132.

kepada warga yang membeli dengan sistem pembayarannya secara Cod tanpa biaya ongkir. Ibu Iis awalnya berjualan secara manggon dipinggir jalan raya dan memulai jualan sayuran secara online dengan melewati pemesanan WhatsApp. Ketika warga memesan sayuran lewat WhatsApp maka Ibu Iis menimbang sayuran secara adil tanpa berat sebelah. Setelah itu Ibu Iis mengantarkan secara langsung pesanan sayuran ke rumah warga yang memesan sayuran dengan tidak di pungut biaya tambahan.

Adapun Ibu Erwin awalnya berjualan secara manggon. Setelah itu anaknya membantu dengan menjual sayuran dengan pemesanan menggunakan WhatsApp. Ketika menakar pesanan warga, maka beliau menimbang sayuran tersebut dengan timbangan jadul atau bebek dengan harga yang sudah ditentukan dan menyuruh anaknya untuk mengantarkan pesanan konsumen dengan gratis ongkir. Begitupula dengan Bapak Nali awalnya berjualan dari rumah ke rumah warga, namun karena berkembangnya teknologi, maka Bapak Nali juga menjual sayuran melalui WhatsApp. Ketika ada yang membeli sayuran, maka Bapak Nali menimbang terlebih dahulu sayuran yang bagus-bagus supaya terciptanya rasa keadilan dan mengantarkan secara langsung ke rumah warga yang memesan sayuran tersebut. Keempat para pedagang sayur tersebut menjual sayuran yang bagus-bagus dan berkualitas serta harga yang berlaku pada umumnya juga menimbang dengan adil tanpa berat sebelah dan tidak memaksa warga untuk membeli sayuran. Dengan hal tersebut, keempat para pedagang sayur telah menerapkan prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur.

Berbeda halnya dengan Desa yang bersebelahan dengan Desa Petung yaitu Desa Banjarsari, Desa Rowotamtu, Desa Pecoro, dan Desa Tisnogambar. Adapun Desa Banjarsari, para pedagang sayur nya menjula secara manggon di pinggir jalan raya dan berkeling ke tiap rumah warga. Desa Rowotamtu, para pedagang sayur nya menjual secara berkeling ke tiap rumah warga. Desa Pecoro, para pedagang sayur menjual secara manggon di pinggir jalan raya dan berkeliling. Dan Desa Tisnogambar menjual secara manggon dan berkeling dari ke rumah warga para pedagang sayur nya.

Berikut ini data pedagang sayur tiap Desa yang berbatasan dengan Desa Petung di Kabupaten Jember dalam bentuk tabel:

Tabel 1.1
Data Pedagang Sayur Tiap Desa Yang Berbatasan Dengan
Desa Petung

Nama Desa Penjual Sayur	Status Aktif	Tahun Berjualan	Metode Penjualan
Desa Petung	Aktif	2022	Berjualan Sayur Menggunakan Media Sosial Seperti Whatsap
Desa Banjarsari	Aktif	2020	Manggon Di Pinggir jalan raya.
Desa Rowotamtu	Aktif	2020	Berkeliling dari Rumah Ke Rumah & Berjualan secara tradisional.
Desa Pecoro	Aktif	2019	Manggon di pinggir jalan raya & berkeliling rumah.
Desa Tisnogambar	Aktif	2021	Bejualan sayur secara manggon dan berkeling tiap rumah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Inovasi Penjualan Sayur Di Era Digital**

Melalui Penguatan Nilai Keadilan Dan Keberkahan Di Desa Petung Kabupaten Jember”. Dikarnakan peneliti memilih judul ini karena para pedagang sayur melakukan penjualan secara tradisional dan melakukan penjualan dengan menggunakan media sosial yaitu menjual sayuran dengan melewati WhatsApp dan menerapkan nilai keadilan dan keberkahan serta cara pengantarn sayurannya langsung di anter ke tempat konsumen dengan gartis ongkir tanpa ada biaya tambahan dalam mengirim sayuran yang di pesan oleh konsumen.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah istilah lain untuk perumusan masalah. Bagian ini mencantumkan semua fokus masalah yang akan dicari jawabannya selama proses penelitian.¹⁶ Berikut ini focus penelitian:

1. Bagaimana inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember?
2. Bagaimana implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember?
3. Bagaimana penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian memberikan gambaran tentang bagaimana penelitian akan dilakukan.¹⁷ Berikut ini tujuan penelitian:

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), 29.

¹⁷ Penyusun, 30.

1. Untuk mengetahui inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petunag Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian bergantung pada kontribusi yang akan dibuat setelah penelitian selesai. Manfaat penelitian dapat berupa manfaat teoritis atau praktis untuk peneliti, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan.¹⁸ Berikut ini manfaat penelitian:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat ilmu pengetahuan untuk penelitian yang akan datang dan menjadi acuan bagi para pedagang sayur.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini akan memberi penulis lebih banyak pengetahuan tentang penjualan sayuran di era digital.

b. Bagi Instansi

Diharapkan penelitian ini akan membantu para pedagang mengembangkan metode penjualan baru, terutama dalam hal penjualan

¹⁸ Penyusun, 30.

sayur di era digital melalui penguatan nilai keadilan dan keberkahan yang dilakukan oleh para pedagang sayur di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang masih menggunakan cara tradisional dalam membeli sayuran di era digital ini.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian dan tujuannya adalah agar tidak terjadi kesahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹⁹

1. Inovasi

Inovasi berasal dari kata latin *innovationem*, berarti sesuatu yang baru atau tidak ada sebelumnya. Inovasi secara luas didefinisikan sebagai proses atau hasil dari pengembangan, pemanfaatan, atau mobilitas, atau pengetahuan keterampilan, termasuk pengalaman dan keterampilan teknologi untuk membuat atau memperbaiki produk yang memungkinkan peningkatan nilai.²⁰ Daya saing sebuah perusahaan, wilayah, atau daerah, maupun negara dianggap sebagai hasil utama dari pertumbuhan ekonomi dan inovasi.²¹ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi sangat

¹⁹ Penyusun, 30.

²⁰ Widi Winarso, *Kreatif Dan Inovatif Dalam Bisnis* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2020), 2.

²¹ Awan Kostrad Diharto, *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas*, 3.

penting bagi sektor ekonomi karena dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis, meningkatkan daya saing, dan menjaga kelangsungan usaha dengan memunculkan nilai tambahan dan membuka peluang baru bagi bisnis.

2. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen dengan harga yang telah disepakati dan interaksi untuk membangun hubungan yang menguntungkan. Penjualan adalah sebuah proses, mulai dari penetapan harga jual hingga distribusi barang atau jasa kepada konsumen.²² Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah tindakan memasarkan suatu produk kepada pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan. Oleh karena itu, perusahaan dapat bertahan dan berkembang dengan mendapatkan keuntungan dari proses hasil penjualan yang memungkinkan mereka untuk bersaing di pasar bisnis.

3. Nilai Keadilan

Keadilan adalah memberikan hak kepada orang lain tanpa memihak atau diskriminasi.²³ Menurut Al-Qur'an, keadilan adalah upaya untuk mengembalikan atau meletakkan sesuatu pada tempatnya. Dalam pandangan ekonomi Islam, nilai keadilan adalah menjalankan kegiatan ekonomi dengan menghindari hal-hal yang dilarang oleh Al-Qur'an dan As-

²² M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 166.

²³ Agung Eko Purwana, *Keadilan Pendekatan Ekonomi Islam, Teori, Masalah, dan Kebijakannya* (Yogyakarta: Stan Po PRESS, 2016), 31.

Sunnah, seperti riba, gharar, maisir, risywah, najsi, dan ikhtikar.²⁴ Dapat disimpulkan bahwa Dalam transaksi jual beli, nilai keadilan mencakup kejujuran dan transparansi. Dengan demikian, penjual harus memberikan informasi yang jujur tentang kualitas atau kondisi barang kepada pembeli tanpa memaksa mereka untuk membeli barang tersebut sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan satu sama lain.

4. Keberkahan

Keberkahan merupakan rahmat yang Allah berikan kepada orang-orang yang bertaqwa. Seseorang dalam melakukan perdagangan haruslah sesuai dengan syariat islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw yaitu dengan menerapkan sifat jujur dan amanah. Seseorang pedagang ketika mengimplementasikan syarat-syarat perdagangan sesuai syariat islam, maka pedagang tersebut akan mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat yang berupa pahala. Jadi dapat disimpulkan, bahwa keberkahan merupakan suatu karunia yang Allah berikan kepada penjual yang jujur, adil dan amanah dalam menjual suatu barang kepada pembeli.

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang sayur yaitu bapak hasan, Ibu Erwin, Bapak Nali, Ibu Iis, dan Ibu Zainab yang ada di desa petung pertama kali menjual sayur dengan cara tradisional yaitu dari rumah ke rumah warga atau masyarakat dan dari dusun ke dusun dengan

²⁴ Agung Eko Purwana, *Keadilan Pendekatan Ekonomi Islam, Teori, Masalah, dan Kebijakannya*, 95.

menggunakan sepeda motor, namun dengan berkembangnya zaman dan seiring perkembangan teknologi ke arah modern. Para pedagang sayur yang berada di Desa Petung melakukan inovasi penjualan sayur melalui media sosial seperti wa untuk mendapatkan pelanggan dengan baik dan cepat karena berubahnya zaman ke arah modern yang dapat memudahkan bagi konsumen untuk membeli sayur tanpa harus datang ke tempat pedagang sayur dan dapat menjangkau keberadaan konsumen.

Ketika konsumen atau masyarakat membeli sayur secara online kepada pedagang sayur maka pedagang sayur tersebut menimbang sayuran yang segar dan kualitasnya baik yang ditakar dengan menggunakan timbangan digital yang bisa menimbang jenis sayuran kecil ukurannya. Dengan menggunakan timbangan digital dalam menakar konsumen terciptanya nilai keadilan bagi kedua belah pihak yaitu bagi penjual maupun bagi konsumen, sehingga dapat mendatangkan keberkahan karena dalam menjual sayur yang segar dan transparan tanpa mencampur sayuran yang jelek dengan sayuran yang segar dan baik kualitasnya.

F. Sistematika Pelaporan

Di bawah ini adalah pembahasan skripsi mulai bab pendahuluan sampai bab penutup:

1. Bab I. Pendahuluan terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan susunan pembahasan.
2. Bab II. Kajian Pustaka membahas penelitian terdahulu, dan teori-teori yang berkaitan dengan inovasi penjualan sayur di era digital melalui penguatan

nilai keadilan dan keberkahan di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

3. Bab III. Metode Penelitian, bab ini membahas pendekatan dan jenis penelitian, tempat penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.
4. Bab IV. Membahas penyajian data dan analisis serta temuan.
5. Bab V. Penutup, membahas kesimpulan penelitian dan saran yang membangun.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti mencantumkan temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya, peneliti membuat ringkasan penelitian tersebut, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum.²⁵

- 1) **Taufiqur Rohman, *Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Rumah Kopi Banjarsengon Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025.**²⁶

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan digital marketing dapat meningkatkan penjualan Rumah kopi Banjarsengon. Penelitian ini dilakukan dari sudut pandang ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data deskriptif yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumah kopi Banjarsengon telah menggunakan pemasaran digital dengan menggunakan alat digital seperti media sosial dan e-commerce. Selain itu, mereka telah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti etis (Akhlaqiyyah), realistik (Al-waqiyyah), dan humanis (Insaniyyah) saat melakukan digital marketing.

²⁵ Tim Penyusun, 30.

²⁶ Taufiqur Rohman, '*Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan di Rumah Kopi Banjarsengon Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*', Skripsi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan digital marketing dalam penjualan dan metode yang digunakan juga sama yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya penelitian ini memfokuskan pada penjualan di rumah kopi Banjarsengon sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayur melalui media sosial seperti WhatsApp.

2) **Putri Nidiawati, *Strategi Peningkatan Laba Penjualan Melalui Promosi Digital Dalam Perspektif Syariah Di Moment Self Studio Tanggul Jember*, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025.²⁷**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi metode promosi digital yang dapat meningkatkan laba penjualan di moment self studio Tanggul Jember. Selain itu, penelitian ini juga akan menyelidiki bagaimana penerapan pemasaran digital dengan pendekatan Syariah dapat meningkatkan laba penjualan. Penelitiannya adalah penelitian deskriptif kualitatif yang mengumpulkan data melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi perusahaan didasarkan pada kekuatan internal dan dinamika pasar; peningkatan tekanan dengan mempromosikan layanan melalui media sosial; dan peningkatan evaluasi optimalisasi pemasaran digital untuk memperluas daya jangkauan. Karena aspek spiritual dan moral, terutama yang berkaitan dengan batasan

²⁷ Putri Nidiawati, '*Strategi Peningkatan Laba Penjualan Melalui Promosi Digital Dalam Perspektif Syariah Di Moment Self Studio Tanggul Jember*', Skripsi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025.

interaksi lawan jenis, belum diterapkan, saat self studio belum maksimal dalam menerapkan prinsip-prinsip Syariah.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam hal metode penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, penelitian ini memfokuskan pada peningkatan laba penjualan melalui media sosial di self studio sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayur di era digital melalui penguatan nilai keadilan dan keberkahan.

3) **A'tri Renta Hutagalung, *Pengaruh Penggunaan Media Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Online Di Kota Medan, Universitas Medan Area, 2024.*²⁸**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen yang melakukan pembelian sayur online di Kota Medan dan untuk mengetahui jenis karakteristik konsumen yang terlibat dalam pembelian sayur online. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling, menggunakan rumus Cochran, dan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner melalui Instagram Direct Message. Hasilnya menunjukkan bahwa demografi pembeli sayur online dalam penelitian ini didominasi oleh kaum perempuan

²⁸ A'tri Renta Hutagalung, '*Pengaruh Penggunaan Media Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Online Di Kota Medan*', Skripsi: Universitas Medan Area, 2024.

berusia 27 hingga 31 tahun. Keputusan untuk membeli sayur secara online dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi penggunaan digital.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam hal mengeksplorasi penjualan sayuran secara online yang mana konsumennya didominasi oleh kaum perempuan. Perbedaannya penelitian ini menggunakan metode Teknik non-probability sampling dengan memberikan kuesioner di Instagram, sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

- 4) **Wulandari Ramadhanti, *Prefensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Segar Secara Online Di Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.**²⁹

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat preferensi pelanggan untuk membeli sayuran segar secara online dan bagaimana atribut produk diurutkan berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis yang digabungkan dengan bantuan program statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembeli sayuran segar secara online sebagian besar perempuan berusia 21–30 tahun. Kaum perempuan lebih suka membeli sayuran segar secara online karena tampilan fisik produk yang

²⁹ Wulandari Ramadhanti, '*Prefensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Segar Secara Online Di Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat*', Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.

sesuai, pilihan produk yang beragam, layanan e-commerce yang mudah diakses, dan harga yang terjangkau.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam hal memfokuskan pembahasan penjualan sayur secara online yang di dominasi oleh kaum perempuan. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, penelitian ini menggunakan metode analisis data conjoin dengan bantuan *Software SPSS statistic* dan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi

5) **Ahmad Fauzan, *Implementasi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Pada Toko Sakinah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, 2024.³⁰**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi toko Sakinah saat menggunakan strategi pemasaran digital yang telah diterapkan. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mengetahui bagaimana toko Sakinah menghadapi tantangan ketika datang ke penggunaan media sosial. Penelitiannya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Selain itu, dia mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian bahwa aplikasi Instagram Toko Sakinah menggunakan fitur Instagram yang sudah ada, seperti Reels, Feed, dan Profil. Salah satu kendalanya adalah pengiriman yang lambat, pesaing yang

³⁰ Ahmad Fauzan, 'Implementasi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Pada Toko Sakinah', Skripsi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.

semakin banyak menggunakan marketing digital, kurangnya pemahaman tentang media sosial dan marketing digital, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan mendapatkan kepercayaan pembeli.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam hal memanfaatkan media sosial seperti penjualan melalui WhatsApp dan terdapat kesamaan dalam metode penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaanya terletak pada focus pembahasannya, penelitian ini memfokuskan pada penjualan melalui media sosial pada toko Sakinah sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayur di era digital melalui penguatan nilai keadilan dan keberkahan.

- 6) **Siti Farida, *Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Naycraft Di Desa Ajung Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember*, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.**³¹

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai metode penjualan digital melalui media sosial yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan Buket Naycraft dan juga untuk menjelaskan hambatan apa saja yang dapat dihadapi oleh strategi ini dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan analisis data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran digital melalui media sosial dapat

³¹ Siti Farida, 'Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Naycraft Di Desa Ajung Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember, 2024.

meningkatkan penjualan dan kendalanya. Pemilik buket naycraft menemukan bahwa menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualan sangat berpengaruh. Untuk mendapatkan hasil terbaik, pemilik buket berusaha sekuat tenaga dalam memasarkan barang-barangnya melalui media sosial. Salah satu kendala yang dihadapi pemilik toko bunga ini adalah ketidakmampuan mereka untuk menggunakan media sosial untuk menjual produk mereka.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penulis dalam hal memasarkan produknya melalui media sosial. Perbedaannya terletak pada focus pembahasannya Penelitian ini membahas tentang penjualan buket naycraft sedangkan penulis membahas tentang penjualan sayuran di era digital melalui penguatan nilai keadilan dan keberkahan.

7) **Indraswari, *Strategi Pemasaran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Produk Penjualan*, (Studi Ekspresional Pada Loka's Kripik Pisang Di Desa Mekkatta Kecamatan Malunda Kabupaten Majene) Universitas Sulawesi Barat Majene, 2024.³²**

Tujuan Studi ekstensif ini dilakukan di lokasi kripik pisang di Desa Mekkatta untuk menentukan strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan volume. Penelitian ini menggunakan teknik sampling snowball dan merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital untuk bisnis kripik pisang

³² Indraswari, '*Strategi Pemasaran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*' (Studi Ekspresional Pada Loka's Keripik Pisang Di Desa Mekkatta Kecamatan Malunda Kabupaten Majene), Skripsi: Universitas Sulawesi Barat Majene, 2024.

loka menggunakan platform seperti Shoope dan Tiktok dapat membantu bisnis menjangkau lebih banyak pelanggan, yang pada pasangannya dapat meningkatkan penjualan di Desa Mekatta.

Studi ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam hal penjualan menggunakan digital marketing, sedangkan perbedaanya terletak pada fokus pembahasan, penelitian ini memfokuskan pada penjualan loka's kripik pisang secara digital marketing sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayuran secara digital melalui media sosial. Dan metode penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan snowball sampling sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif.

8) Wahyuddin, *Peran Digital Marketing Terhadap Penjualan Dan Pendapatan Jamur Tiram, (Studi Kasus PT Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar) Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024.*³³

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemasaran digital mempengaruhi pendapatan dan penjualan jamur tiram pada PT Timur Mushroom Farm yang terletak di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar. Untuk penelitian ini, purposive sampling digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing berdampak positif pada penjualan jamur tiram di PT Timur Mushroom Farm. Pemasaran online meningkatkan 75% penjualan dan

³³ Wahyuddin, '*Peran Digital Marketing Terhadap Penjualan Dan Pendapatan Jamur Tiram*' (Studi Kasus PT Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar), Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024.

penjualan offline 25%. Pemasaran digitalnya menggunakan media internet seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam penjualan secara digital marketing salah satunya menggunakan media sosial seperti WhatsApp. Perbedaannya penelitian ini memfokuskan penjualan online pada Jamur Tiram sedangkan penulis memfokuskan penjualan sayuran secara digital marketing.

9) **Fikriyah Lailatul Mahendra, *Strategi Penjualan Menggunakan Aplikasi Digital Dalam Pemenuhan Target Usaha Kuliner Ayam Goreng Nelongso Cabang Manstrip Jember, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, 2022.**³⁴

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi penjualan menggunakan aplikasi digital dalam kuliner ayam goreng nelongso untuk mencapai target bisnis ayam goreng nelongso Jember dan peran strategi penjualan menggunakan aplikasi digital dalam mencapai target bisnis. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian bahwa, daripada menggunakan uang tunai secara langsung, penjualannya menggunakan perantara dan sistem pengorderan pengiriman melalui platform Gojek dan Grab, yang dikenal sebagai Gofood dan Grabfood.

³⁴ Fikriyah Lailatul Mahendra, '*Strategi Penjualan Menggunakan Aplikasi Digital Dalam Pemenuhan Target Usaha Kuliner Ayam Goreng Nelongso Cabang Manstrip Jember*', Skripsi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis dalam hal membahas penjualan di era digital. Dan metode penelitian yang digunakan juga sama yaitu kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, dimana penelitian ini fokus pada penjualan ayam goreng nelongso dengan sistem penjualan menggunakan Delivery order dan platform grabfood, sedangkan penulis memfokuskan pada inovasi penjualan sayur di era digital dengan melalui media sosial yaitu WhatsApp.

- 10) **Lubabah Addini Fitrohwti, *Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Pada Penjualan Produk Nawangwulan Craft Di Desa Pait Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang*, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022³⁵**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana penggunaan digital marketing berdampak pada penjualan produk Nawangwulan Craft di Desa Pait. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik pengambilan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis Nawangwulan Craft menggunakan berbagai teknik pemasaran digital untuk mengembangkan usahanya, seperti membuat video tutorial di YouTube, mengadakan hadiah, menerima review dari pelanggan,

³⁵ Lubabah Addini Fitrohwti, '*Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Pada Penjualan Produk Nawangwulan Craft Di Desa Pait Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang*', Skripsi: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.

mempromosikan melalui teman-teman influencer yang dikenal oleh pemiliknya, dan menggunakan platform e-commerce seperti Shopee.

Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menggunakan metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya penelitian memfokuskan pada penjualan produk Nawangwulan Craft sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayur di era digital melalui media sosial seperti story wa.

Tabel berikut adalah persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian penulis untuk menyimpulkan data penelitian sebelumnya:

Tabel 2.1
Persamaan dan perbedaan penelitian

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Taufiqur Rohman (2025).	Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Rumah Kopi Banjarsengon Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.	Sama-sama menggunakan digital marketing dalam penjualan.	Penelitian ini memfokuskan pada penjualan di rumah kopi sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayuran di era digital.
2.	Putri Nidiawati (2025).	Strategi Peningkatan Laba Penjualan Melalui Promosi Digital Dalam Perspektif Syariah Di Moment Self Studio Tanggul Jember.	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Penelitian ini memfokuskan peningkatan laba pada penjualan di self studio sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayur di era digital.

3.	A'tri Renta Hutagalung (2024).	Pengaruh Penggunaan Media Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Online Di Kota Meda.	Sama-sama memfokuskan penjualan sayuran secara online melalui media sosial	Penelitian ini menggunakan metode Teknik non-probability sampling dengan menyebar kuesioner sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif.
4.	Wulandari Ramadhanti (2024).	Prefensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Segar Secara Online Di Kecamatan Pancoran Mas, Jawa Barat.	Sama-sama memfokuskan pada penjualan sayuran secara online	Penelitian ini menggunakan metode analisis data conjoin dan menggunakan Teknik purposive sampling sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif.
5.	Ahmad Fauzan (2024).	Implementasi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Pada Toko Sakinah.	Sama-sama menggunakan media sosial dalam penjualan seperti story wa.	Penelitian ini memfokuskan penjualan pada toko Sakinah sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayuran secara online.
6.	Siti Farida (2024).	Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Naycraft Di Desa Ajung Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.	Sama-sama memasarkan produknya melalui media sosial.	Penelitian ini membahas penjualan buket naycraft sedangkan penulis membahas penjualan sayuran.
7.	Indraswati (2024).	Strategi Pemasaran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Produk Penjualan, (Studi Eksprensial Pada Loka's Kripik Pisang Di Desa Mekatta Kecamatan	Sama-sama menggunakan digital marketing dalam penjualan.	Penelitian ini memfokuskan pada penjualan kripik pisang sedangkan penulis memfokuskan

		Malunda Kabupaten Majene.		pada penjualan sayuran.
8.	Wahyuddin (2025).	Peran Digital Marketing Terhadap Penjualan Dan Pendapatan Jamur Tiram (Studi Kasus PT Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar.	Sama-sama menggunakan digital marketing dalam penjualan seperti melalui media sosial wa.	Penelitian ini memfokuskan pada penjualan jamur tiram sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayuran.
9.	Fikriyah Lailatul Mahendra (2022).	Strategi Penjualan Menggunakan Aplikasi Digital Dalam Pemenuhan Target Usaha Kuliner Ayam Goreng Nelongso Cabang Manstrip Jember.	Sama-sama membahas penjualan di era digital.	Penelitian ini memfokuskan pada penjualan ayam goreng nelongso secara digital sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayuran di era digital.
10.	Lubabah Addini Fitrohwati (2022).	Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Pada Penjualan Produk Nawangwulan Craft Di Desa Pait Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang.	Sama-sama menggunakan digital marketing dalam hal penjualan.	Penelitian ini memfokuskan pada penjualan produk nawangwulan craft sedangkan penulis memfokuskan pada penjualan sayur.

Sumber: Dioalah Dari Penelitian Terdahulu, 2025

Pada tabel diatas, penelitian terdahulu membahas penjualan di era digital melalui media sosial dan sistem pengiriman barang yang dipesan oleh konsumen menggunakan sistem gojek dan grab yang menggunakan biaya tambahan atau ongkir dalam pengirimannya dan cara menakar pesanan konsumen tidak menggunakan timbangan digital dan objek yang ditelitinya

yaitu pada penjualan di rumah kopi, penjualan di self studio, penjualan pada toko Sakinah, penjualan buket naycraft, penjualan kripik dan lain-lain, sedangkan punya peneliti, membahas penjualan sayuran di era digital melalui media sosial seperti WhatsApp dan sistem pengiriman barang langsung diantar oleh pedagang sayur kepada konsumen tanpa dikenakan biaya ongkir. Cara menarik pesanan konsumen menggunakan timbangan digital yang tingkat akurasi sangat tinggi dan bisa menimbang barang yang ukurannya kecil. Persamaannya yaitu, penelitian terdahulu menggunakan media sosial dalam melakukan penjualan dan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dan punya peneliti juga menggunakan media sosial dalam melakukan penjualan yaitu melalui story wa dan menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Menariknya, penelitian ini menjadi unik karena menjadi salah satu penelitian yang membahas penjualan sayur di era digital melalui media sosial serta dilandaskan pada nilai-nilai keadilan dan keberkahan yaitu dalam sistem menarik pesanan konsumen menggunakan timbangan digital yang tingkat akurasi lebih tinggi dan bisa mengukur perbedaan berat suatu barang yang sangat kecil dari pada menggunakan timbangan bebek. Juga barang yang dipesan oleh konsumen diantar langsung oleh penjual ke tempat konsumen berada tanpa biaya ongkir.

B. Kajian Teori

1. Inovasi Penjualan Di Era Digital

a. Definisi Inovasi Penjualan Di Era Digital

Inovasi merupakan langkah penting dalam penjualan di era digital saat untuk menghasilkan produk baru yang memiliki nilai tambahan.³⁶ Inovasi dalam penjualan di era digital sudah menjadi senjata paling penting untuk bersaing dengan pedagang lain dalam menjual suatu produk. Penjualan di era digital memanfaatkan perangkat elektronik dan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan.³⁷

Dapat disimpulkan bahwa inovasi penjualan di era digital yaitu penjualan dengan memanfaatkan media sosial menjual suatu produk kepada konsumen dengan melewati media sosial yang telah digunakan oleh pedagang dalam menjual produknya yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli secara online tanpa datang ke tempat penjual.

b. Langkah-Langkah Inovasi Penjualan Di Era Digital

Terdapat beberapa langkah dalam inovasi penjualan di era digital yaitu sebagai berikut:³⁸

³⁶ Human Santoso Dan Susanto, *Inovasi Pemasaran Digital Dan Kinerja Umkm Batik* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 2020), 25.

³⁷ Yoyo Sudaryo, *Digital Marketing Fintech Di Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2020), 18.

³⁸ Wayan Kayun Suswatika, Marce Sherly Kase, dan Nur Bayti, *Kewirausahaan Di Era Digital* (Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Group. 2023), 93-98.

1) Digitalisasi identitas dan produk

Langkah pertama yang diambil pedagang sayur untuk memasuki ekosistem penjualan kontemporer adalah digitalisasi identitas mereka. Pada titik ini, pedagang membuat akun bisnis di platform seperti WhatsApp Business, Facebook, Instagram, atau TikTok untuk membantu pelanggan menemukan bisnis mereka. Selain itu, pedagang menampilkan gambar produk yang jelas, informasi harga, jam kerja, dan lokasi layanan.

2) Layanan pemesanan online

Layanan pemesanan online merupakan suatu langkah penting dalam inovasi penjualan di era digital. Adanya layanan pemesanan online memudahkan bagi konsumen untuk memilih produk yang diinginkan dengan tanpa secara langsung pergi ke tempat dimana barang di jual. Pedagang yang menggunakan layanan pemesanan online dalam menjual produknya di sosial media dapat menambah hubungan yang baik dengan konsumen karena terdapat komunikasi melewati akun media sosial yang digunakan untuk menjual produknya.

3) Pengembangan sistem pengantaran

Salah satu inovasi yang paling disukai pelanggan adalah layanan pengantaran. Pedagang dapat menawarkan pengantaran secara mandiri menggunakan kendaraan pribadi mereka sendiri atau bekerja sama dengan kurir lokal dan pengemudi ojek online.

Beberapa pedagang juga menawarkan diskon khusus, seperti gratis ongkir di beberapa wilayah. Dengan layanan ini, pelanggan merasa lebih dimudahkan, dan vendor dapat meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan.

4) Sistem Pembayaran

Saat ini, transaksi sistem pembayaran digital menjadi keharusan dalam perdagangan kontemporer. Pedagang dapat menggunakan qris, ovo, dana, dan transfer bank. Pembayaran digital mempercepat transaksi, mencatat penjualan dengan lebih baik, dan mengurangi risiko uang tunai. Namun sistem pembayaran dalam penjualan harus melibatkan konsumen, karena tidak semua konsumen bisa membayar secara digital.

5) Inovasi kemasan dan bundling produk

Pedagang membuat kemasan dan paket penjualan baru untuk menarik pelanggan. Pedagang menggunakan kemasan yang lebih bersih, teratur, dan ramah lingkungan. Mereka juga menawarkan paket sayur harian, mingguan, atau menu khusus, seperti sop, sayur asem, dan tumis. Inovasi ini membuat belanja sayur lebih mudah bagi pelanggan dan meningkatkan nilai tambah produk.

6) Pembuatan konten edukatif dan promotif

Pedagang aktif membuat konten digital yang informatif, seperti panduan untuk mencuci produk dengan benar, cara menyimpan produk agar tahan lama, dan resep masakan sederhana.

Selain itu, bisnis dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan membagikan konten promosi seperti pengumuman stok, harga spesial, dan diskon mingguan secara teratur melalui media sosial atau Story WhatsApp.

7) Optimalisasi unggah konten

Penjual memperhatikan waktu unggah konten untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital mereka. Sementara konten edukatif dan promo diunggah pada siang atau sore hari, stok sayur biasanya diunggah pada pagi hari ketika banyak ibu rumah tangga aktif mencari informasi belanja. Optimalisasi waktu unggah ini meningkatkan peluang penjualan dan mendorong interaksi yang lebih besar.

8) Kolaborasi dengan petani dan supplier

Pedagang bekerja sama dengan petani lokal atau pemasok grosir agar kualitas produk tetap terjaga dan stok selalu tersedia. Dengan bekerja sama, pedagang dapat mendapatkan harga beli yang lebih stabil dan memastikan ketersediaan stok yang konsisten. Kerja sama ini meningkatkan produktivitas dan membantu mengatasi perubahan harga pasar.

9) Peningkatan customer experience

Keberhasilan pedagang sayur digital bergantung pada pengalaman pelanggan yang luar biasa. Pedagang memastikan bahwa sayur yang dijual segar dan berkualitas tinggi, menawarkan

tanggapan cepat di platform digital, dan berinteraksi secara ramah dan informatif. Pelanggan sering menerima bonus kecil seperti bawang kecil, daun bawang, atau cabai sebagai bentuk penghargaan. Strategi ini mendorong terjadi dan membuat belanja menyenangkan.

c. Tujuan Inovasi Penjualan Di Era Digital

Dalam kegiatan berdagang tentunya ada sebuah tujuan. Dengan adanya tujuan dalam penjualan dapat menunjang keberlangsungan penjualan ke depannya. Meningkatkan volume penjualan, menghasilkan keuntungan, dan mendorong pertumbuhan bisnis adalah tujuan inovasi penjualan di era digital saat ini.³⁹ Ketika pedagang sudah mendapatkan ketiga tujuan penjualan tersebut, maka selama kegiatan penjualan akan berlangsung secara baik dalam artian tidak mengalami kerugian.

2. Nilai Keadilan

a. Definisi Nilai Keadilan

Dalam agama Islam, keadilan merupakan nilai paling penting dan utama. Keadilan merupakan hal yang penting dalam hal-hal duniawi seperti berdagang dengan jujur. Oleh karena itu, prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam adalah bahwa semua orang harus sama dalam memanfaatkan dan memanfaatkan peluang, dan seseorang tidak boleh menghalangi orang lain dalam penjualan.⁴⁰

³⁹ Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008), 404.

⁴⁰ Susminingsih, *Etika Bisnis Islam* (Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2020), 18.

Dengan hubungan yang baik antara pedagang dan pembeli dalam artian tidak merugikan pihak lain, maka terciptanya sebuah hubungan yang saling bahu-membahu diantara para penjual dan pembeli. Oleh karena itu sangatlah penting keadilan dalam jual beli sesuai dengan ajaran agama islam.

b. Prinsip-Prinsip Nilai Keadilan Dalam Jual Beli

Konsep tentang kebenaran moral terhadap kejujuran dan keseimbangan dikenal sebagai prinsip keadilan, yang, dalam transaksi jual beli, memperlakukan setiap orang secara adil tanpa memilih kasih kepada pelanggan lain. Berikut ini prinsip keadilan dalam jual beli yaitu:⁴¹

1) Kejujuran

Pedagang harus memberikan informasi secara jujur apa adanya mengenai kondisi suatu barang tanpa harus mengatakan baik pada barang yang buruk kondisinya, karena kejujuran dapat mendatangkan kebaikan bagi pedagang dalam berjualan, tanpa adanya kejujuran akan merugikan pihak lain begitu pula kepada pembeli haruslah jujur dalam membayar barang dagangan yang dibeli sesuai dengan alat tukar yang berlaku.

⁴¹ Akhmad Farroh Hasan, *'Fiqih Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer'*, (Malang: UIN-Maliki Malang Press, 2018), 34-35.

2) Transparansi

Seseorang pedagang hendaklah dalam menakar atau menimbang suatu barang haruslah transparan di depan pembeli, tidak boleh dalam menimbang barang dagangan tanpa diketahui pembeli. Para pedagang juga tidak boleh dalam menimbang berat sebelah karena dapat merugikan pihak lain dan juga para pedagang tidak boleh memberatkan timbangan untuk menaikkan harga pada barang yang dibeli oleh konsumen karena itu dapat menguntungkan pedagang namun merugikan pihak pembeli.

Dengan menimbang barang dagangan secara transparan dapat menciptakan hubungan yang harmonis bagi kedua belah pihak.

3) Saling Menguntungkan

Ketika melakukan transaksi jual beli hendaklah harus saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan keuntungan yang seimbang antara harga dan barang yang diperjual belikan. Para pedagang tidak boleh merugikan pihak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli dan tidak boleh hanya menuntungkan salah satu pihak saja. Para pedagang harus jujur antara barang yang dijual dengan harga barang yang dijual dan tidak boleh curang dalam memberikan informasi mengenai harga barang dagangan. Dengan menerapkan prinsip saling menguntungkan ini dapat memberikan rasa kepercayaan di antara kedua belah pihak.

4) Keseimbangan nilai dan harga

Pedagang haruslah menetapkan harga yang sesuai dengan harga pada umumnya yang berlaku di kalangan pasar. Para pedagang tidak boleh menaikkan atau menurunkan harga secara tidak wajar karena dapat merugikan bagi pedagang lain maupun bagi konsumen. Dan harga yang digunakan oleh pedagang untuk membeli barang sama dengan nilai barang yang diterima oleh konsumen. Jika pedagang menurunkan nilai barang yang dijual dan menaikkan harga barang yang dijual maka akan merugikan konsumen karena anatar kualitas barang yang dibeli dengan harga yang dijual berbanding terbalik dalam artian tidak sesuai antara kualitas dan harga barang yang dijual.

5) Kesetaraan Perlakuan

Para pedagang harus memperlakukan semua konsumen secara setara supaya terciptanya hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yaitu bagi penjual dan bagi pembeli. Kesetaraan perlakuan kepada konsumen ini sangatlah penting karena dapat mencegah kecemburuan kepada konsumen yang diperlakukan istimewa oleh para pedagang. Jika tidak ada perbedaan, pelanggan akan memiliki kesempatan yang sama untuk membeli barang yang mereka inginkan.

6) Kerelaan Tanpa Adanya Paksaan

Pedagang dalam menjual barang dagangan hendaklah memberikan kebebasan bagi pembeli untuk memilih barang yang di inginkan. Pedagang tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya, akan tetapi atas kemauan diri pembeli tanpa ada tekanan dari pihak lain. Untuk menjamin keadilan bagi kedua belah pihak, pedagang dan pembeli, harus ada ijab dan qobul untuk barang yang dijual. Pembeli yang diberikan kebebasan dalam memilih barang yang diinginkan maka akan terciptanya rasa senang dan puas bagi pembeli karena tidak ada unsur paksaan dalam membeli barang yang di inginkan.

c. Dasar Hukum Nilai Keadilan Dalam Jual Beli

Dasar hukum nilai keadilan dalam jual beli terdapat pada kitab suci Al-qur'an dalam surat An-Nisa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang salah, kecuali dengan cara perniagaan yang adil di antara kalian, dan janganlah kamu membunuh dirimu, Dan Allah adalah maha penyayang kepadamu.”. (Q.S An-Nisa’: 29).

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli tidak boleh ada unsur paksaan dan hendaklah saling ridho supaya terciptanya nilai keadilan bagi kedua belah pihak sehingga bisa mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat. Ketika

pedagang mendapatkan keberkahan dalam melakukan transaksi jual beli, maka hidupnya akan tentram.

3. Keberkahan

a. Definisi Keberkahan

Berkah berasal dari kata Arab Baraka, yang berarti bertambahnya manfaat dan kebahagiaan.⁴² Berkah dapat didefinisikan sebagai kebaikan yang diberikan Allah kepada seseorang yang dapat menyebabkan rahmat dan kesejahteraan materi dan fisik. Menurut al-ragib al-asfahani, berkah adalah konsistensi kebaikan tuhan, seperti tetapnya air pada telaga. Muhammad Mutawalli al-sya'rawi mengatakan bahwa berkah adalah sesuatu yang dapat memberikan lebih banyak dari yang seharusnya diberikan menurut ukuran aslinya (biasanya).

Dengan demikian, berkah dapat didefinisikan sebagai rahmat (kebaikan) yang diberikan oleh Allah kepada makhluknya melalui peningkatan kebaikan materi (kesehatan, harta, dan umur) dan spiritual (keimanan, ketenangan, dan keamanan).

b. Prinsip-Prinsip Keberkahan Dalam Jual Beli

Prinsip-prinsip keberkahan dalam bisnis terdapat empat point diantaranya yaitu:⁴³

⁴² Zainal Abidin Dan Andi Satrianingsih, *Fiqih Berkah, 'memahami hakikat berkah untuk meraih keberkahan hidup'*, (Makassar: Alauddin University Press, 2020) 19.

⁴³ Adhy Firdaus, Siti Pratiwi Husain, Djoko Soelistya, *Etika Bisnis Syariah* (Sumatera Barat: PT Mafy Literasi Indonesia, 2024),

a. Jujur Dalam Jual Beli

Sejujurnya berarti memberi tahu orang lain tentang kualitas dan harga barang dagangan. Jika para pedagang bertindak jujur dalam hal jual beli, maka pedagang akan mendapatkan manfaat, yaitu peningkatan kebaikan dan manfaat dari barang yang Anda jual

b. Keuntungan yang wajar

Untuk menghindari adanya ketidakadilan kepada pembeli, maka para pedagang menjual barang dagangannya dengan menghasilkan keuntungan sesuai dengan harga yang adil dan sama dengan kondisi pasar. Dengan itu, mereka akan mendapatkan keuntungan dalam jual beli.

c. Saling Rida Dan Menguntungkan

Jual beli semestinya haruslah saling ridha terhadap dua belah pihak yaitu pihak pedagang dan pembeli. Para pedagang tidak boleh memaksa kepada pembeli untuk membeli barang dagangannya. Oleh karena itu para pedagang memberikan kebebasan bagi pembeli dalam memilih barang yang di butuhkan.

d. Barang Yang Halal Dan Berkualitas

Para pedagang dalam menjual barang dagangannya haruslah menjual barang yang halal dan berkualitas. Menjual barang yang halal dan berkualitas dapat mendatangkan keberkahan pada hasil jualan barang dagangan tersebut. Para pembeli juga tidak merasa

dirugikan karena barang yang dijual oleh pedagang di peroleh dengan cara yang halal dan berkualitas.

c. Hal-Hal Yang Mendatangkan Berkah

Adapun hal-hal yang mendatangkan berkah diantaranya yaitu:⁴⁴

1) Membaca Basmalah Dan Berdoa

Dalam memulai berdagang dianjurkan para pedagang untuk membaca basmalah dan berdoa terlebih dahulu. Dengan memulai penjualan yang diawali bacaan basmalah akan terhindar dari sesuatu hal yang buruk.

2) Berpagi-pagi dalam berdagang

Sangat bermanfaat untuk memulai penjualan di pagi hari dan memanfaatkan waktu pagi untuk berdagang. Serupa diriwayatkan dalam kitab "Sunan al-Tirmizi", yang artinya "*Dari Sakhr al-Gamidi*", Rasulullah saw. bersabda, "*Ya Allah! Berkahilah umatku di pagi hari!*" Syakir berkata, "*Jika dia mengutus suatu pasukan, dia mengutus mereka pada pagi hari.*" Sakhr adalah pedagang yang mengirim barang dagangannya pada pagi hari dan menjadi kaya.

3) Tidak Bersumpah Dalam Melariskan Dagangan

Pedagang harus memberikan informasi yang tepat sesuai dengan kondisi barang dagangannya dan mereka tidak boleh bersumpah kepada pembeli hanya untuk meningkatkan penjualan

⁴⁴ Zaenal Abidin dan Andi Satrianingsih, *Memahami Hakikat Berkah Untuk Mraih Keberkahan Hidup* (Gowa: Alauddin University Press, 2020), 150-160.

barang dagangannya. Dengan informasi yang jujur mengenai barang dagangan yang di jual oleh para pedagang, dapat memberikan kepuasan kepada konsumen karena membeli barang yang berkualitas. Sehingga dapat mendatangkan keberkahan bagi kedya belah pihak.

4) Rida Dan Qana'ah dalam berdagang

Seorang pedagang harus rela dan menerima barang yang mereka jual itu terjual maupun tidak, dan merasa cukup dengan pemberian Allah. Para pedagang yang menerima dan merasa cukup terhadap pemberian dari Allah dapat memberikan rasa ketenangan dalam jiwa pedagang tersebut dalam melakukan penjualan.

5) Bersedekah

Dalam hal-hal yang diizinkan oleh hukum Islam, apa pun yang disedekahkan baik berupa harta maupun kekuatan, akan menerima dua kali lipat kebaikan dari Allah. Bersedekah ketika memulai berdagang juga dapat menambah kebaikan pada barang dagangannya.

d. Dasar Hukum Keberkahan Dalam Jual Beli

Dasar hukum keberkahan dalam jual beli terdapat pada firman Allah dalam surat Al-baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بأنهم قالوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ

مَوْعِظَةً مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ وَأَمْرُهُ ۖ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
 أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba dalam jual beli tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri karena kesurupan setan. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa yang telah mendoatkan peringatan dari tuhan, setelah itu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya. Dan urusannya (terserah) Allah. Barang siapa mengulangi dalam melakukan transaksi riba, maka mereka itulah penghuni neraka, mereka kekal di dalam neraka.

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli hendaklah menghindari riba, karena dapat merugikan salah satu pihak. Dalam jual beli telah dihalalkan oleh Allah dan riba di haramkan.

e. Konsep Berkah

Jual beli dianggap sebagai transaksi yang dapat menghasilkan lebih banyak manfaat dan kebaikan, bukan hanya keuntungan materi tetapi juga ketenangan jiwa, hubungan sosial yang baik, dan kebahagiaan di dunia akhirat, itulah yang dinamakan konsep berkah.⁴⁵

Seseorang pedagang yang mendapatkan untung kecil namun berkah, maka hidupnya tidak akan kekurangan apapun. Begitu pula sebaliknya, seseorang pedagang yang memperoleh keuntungan besara namun tidak membawa keberkahan, maka hidupnya akan selalu merasa kurang dari keuntungan yang di dapatkan tersebut.

⁴⁵ Zaenal Abidin dan Andi Satrianingsih, ‘Memahami Hakikat Berkah Untuk Mraih Keberkahan Hidup’, (Gowa: Alauddin University Press, 2020), 93.

Dalam penguatan nilai keadilan dan keberkahan pada penjualan di era digital terdapat beberapa hal yang harus dilakukan di antaranya yaitu:⁴⁶

1) Kejujuran Digitalisasi Diri dan Produk

Kejujuran dalam melakukan digitalisasi diri dan produk pada penjualan melalui platform media sosial sangatlah penting karena dapat menambah nilai strategis yang penting untuk membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan pada jangka waktu yang panjang. Pedagang harus jujur dalam digitalisasi diri mereka dengan menampilkan identitas profesional dan tepat sebagai pedagang di platform media sosial. Dalam digitalisasi produk, pedagang harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi lengkap tentang barang yang dijual di platform media sosial. Produk yang dijual harus sama dengan foto atau video asli yang ditampilkan di media sosial.

Manfaat kejujuran dalam digitalisasi diri bagi pedagang dapat membangun kepercayaan dengan konsumen. Karena sejatinya kejujuran merupakan pilar utama dalam melakukan hubungan penjualan dengan konsumen. Pedagang yang jujur akan membuka peluang besar di masa depan karena para konsumen sudah percaya terhadap produk yang di jual.

⁴⁶ Ismayudin Yuliyzar dan Rumanintya Lisaria Putri, *'Etika Bisnis Di Era Digital'*, (Tangerang: Minhaj Pustaka, 2024), 54-59.

2) Transparansi Pemesanan Online

Transparansi pemesanan online merupakan kebijakan bagi pedagang untuk memberikan informasi yang jujur dan jelas pada setiap transaksi, mulai dari transparansi harga, kualitas produk dan pengiriman barang. Transparansi pemesanan online tersebut penting karena dapat membangun kepercayaan bagi konsumen dan menghindari spekulasi tentang penipuan pada suatu produk yang ditampilkan di platform media sosial. Ada tiga elemen penting transparansi dalam pemesanan online. Pertama adalah proses pemesanan, di mana penjual memberikan informasi yang jelas tentang pesanan produk dan perkiraan waktu pengiriman. Kedua adalah harga dan biaya, di mana penjual harus menampilkan harga dan biaya produk yang jelas dan akuntabel di platform media sosial. Ketiga adalah detail produk, di mana penjual harus memberikan deskripsi yang jujur tentang kualitas produk yang dijual di platform online.

Ada keuntungan bagi kedua belah pihak dari transparansi online ini yaitu penjual dapat membangun hubungan yang kuat dan dapat dipercaya dengan konsumen, yang dapat bermanfaat untuk jangka panjang. Selain itu, keuntungan bagi pembeli adalah bahwa mereka dapat menghilangkan kecemasan tentang barang yang dibeli dan mengurangi ketidakpastian tentang barang yang dibeli di platform media sosial.

3) Kesetaraan Sistem Pengantaran

Kesetaraan pengantaran suatu produk yang dibeli oleh konsumen haruslah sama cara pemerlakuan barang yang di anter oleh penjual. Ada beberapa elemen yang membuat sistem pengantaran ini setara: yang pertama adalah keadilan prosedural, yang berarti barang yang dibeli oleh konsumen harus dikirim dengan aman dan transparan, tidak memihak kepada satu konsumen saja, dan ongkos pengiriman yang sama diberikan kepada semua konsumen. Yang kedua adalah transparansi pengantaran, yaitu kurir atau orang yang ditugaskan untuk mengantarkan pesanan konsumen harus bertindak sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

4) Barang yang halal dan berkualitas Pada Inovasi Kemasan dan Bundling Produk

Pedagang dalam menjual produk di media sosial harus mengutamakan pada bahan baku yang halal dan kemasan produk yang berkualitas serta bundling produk yang bisa menciptakan kepercayaan bagi konsumen. Tujuan dari inovasi dalam kemasan produk halal adalah untuk menjaga dan melindungi barang yang dijual. Untuk mencapai tujuan. Seluruh proses dari bahan hingga pembuatan kemasan harus dilakukan dengan cara yang halal, dan juga harus mematuhi prinsip syariah dalam transaksi online saat ini.

Dalam hal bundling produk, penting untuk mengutamakan persyaratan sertifikasi BPOM, label halal pada kemasan, kualitas

kemasan, transparansi produk, dan keseluruhan keadaan halal produk. Semua itu bisa dicapai mulai dari inovasi kemasan dan bundling produk manakala seluruh prosesnya mengikuti prinsip-prinsip Syariah.

5) Saling Menguntungkan Kolaborasi Dengan Petani dan Suplier

Para pedagang yang berkolaborasi dengan para petani dan supplier haruslah saling menguntungkan dalam jual beli karena merupakan hal yang penting demi mencapai tujuan untuk menciptakan keadilan bagi kedua belah pihak. Dalam bekerja sama dengan pedagang, petani, dan supplier, ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Pertama adalah transparansi produk, yang sangat penting untuk mempertahankan hubungan dan mengurangi ketidakpastian produk yang diperjualbelikan. Yang kedua adalah harga yang adil, yang harus ditetapkan secara bersama-sama antara pedagang dan petani dan supplier untuk memperhitungkan biaya produksi petani dan hal-hal lainnya. Yang ketiga adalah hubungan antara petani dan supplier.

6) Saling Ridha Pada Implementasi Pembayaran

Dalam melakukan transaksi jual beli haruslah dilakukan dengan kesadaran penuh dan saling ridha terhadap barang yang diperjualbelikan. Begitu juga dengan pembayaran suatu barang dengan secara digital seperti qris, dana dan lain sebagainya haruslah

menerapkan prinsip saling ridha yang merupakan pijakan utama dalam transaksi suatu barang.

Para pedagang memberikan kebebasan bagi konsumen dalam membayar suatu barang yang dibeli tanpa adanya unsur paksaan dari pedagang. Konsumen dapat membayar secara digital manakala mempunyai pembayaran digital seperti qris dan bisa membayar dengan tradisional seperti menggunakan alat pembayaran yang sah, namun harus persetujuan belah pihak yaitu pihak penjual dan pihak pembeli agar terciptanya keberkahan pada barang yang diperjualbelikan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Walidin, pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan memberikan gambaran yang luas dan mendalam, melaporkan perspektif rinci dari informan, dan melakukan penelitian secara sistematis.⁴⁷

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis menggunakan penelitian secara diskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan secara sistematis dan akurat mendeskripsikan populasi, kondisi, atau kejadian tertentu.⁴⁸

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian ini dilakukan oleh peneliti⁴⁹. Lokasi penelitian yang dipilih peneliti berada di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Alasan peneliti memilih tempat tersebut karena banyak penjual sayur yang memanfaatkan penjualan sayur melalui media sosial WhatsApp. Sedangkan Desa yang bersebelahan dengan Desa yang diteliti oleh peneliti masih menggunakan cara tradisional dalam

⁴⁷ Muhammad Rijal Fadli, 'Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif', jurnal humanika Vol.21 No.1, 2021. <https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075>.

⁴⁸ Ujang Suparman, 'Bagaimana Menganalisis Data Kualitatif?', (Bandarlampung: Pusaka Media, 2020), 14.

⁴⁹ Penyusun, 'Pedoman Penulisan', 78.

menjual sayur. Oleh karena itu, peneliti memilih Desa tersebut untuk dijadikan penelitian mengenai penjualan sayur melalui media sosial.

C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi tentang situasi sosial di lapangan tentang orang-orang yang diduga terlibat dalam penjualan sayuran ini. Pada subjek penelitian ini, penelitian dilakukan secara purposive, artinya sumber data dipilih berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu.⁵⁰ Informan yang telah ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Ibu Zainab selaku penjual sayur yang ada di Desa Petung
2. Ibu Iis selaku penjual sayur yang ada di Desa Petung
3. Ibu Erwin selaku penjual sayur yang ada di Desa Petung
4. Bapak Nali selaku penjual sayur yang ada di Desa Petung

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ketiga Teknik pengumpulan data tersebut bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi

Dengan melihat situasi di lapangan secara langsung, observasi digunakan untuk menganalisis dan mencatat tingkah laku, membantu pemahaman yang lebih baik tentang penelitian.⁵¹ Dalam hal ini, peneliti

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 216.

⁵¹ Basrowi. Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 94.

langsung terjun ke lapangan untuk mengamati tentang aktivitas para pedagang sayur di desa petung. Dalam metode observasi ini, data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti yaitu:

- a. Tentang bagaimana inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung
- b. Tentang bagaimana implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung.
- c. Tentang bagaimana penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung.

2. Wawancara

Salah satu cara pengumpulan data adalah wawancara, yang terjadi melalui komunikasi, yaitu percakapan antara dua orang, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.⁵² Peneliti menggunakan wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, peneliti mengajukan pertanyaan yang telah ditulis sebelumnya untuk membantu mendapatkan data dari pedagang sayur. Dan pada wawancara tidak struktur, peneliti tidak menyiapkan pertanyaan kepada para pedagang sayur yang telah dijadikan informan. Oleh karena itu peneliti mendapatkan data-data yang di inginkan yaitu tentang:

- a. Mengenai inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung.

⁵² Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, 59.

- b. Mengenai implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung.
- c. Mengenai penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung

3. Dokumentasi

Data yang dapat digunakan untuk melengkapi penelitian dikenal sebagai dokumentasi. Ini dapat berupa sumber tertulis, gambar, transkrip, catatan, surat kabar, buku, majalah, dan lainnya. Dokumentasi dapat membantu memperbaiki data yang diperoleh dari wawancara dan observasi yang diperoleh dari rekaman dan dokumen. Jika data diperoleh dari sumber yang tidak manusiawi, maka kesalahan dapat dengan mudah diperbaiki.⁵³ Dalam dokumentasi ini, peneliti mendokumentasikan kegiatan proses pedagang sayur mulai dari penjualan secara inovasi di era digital, pengimplementasian nilai keadilan dan keberkahan serta penguatan nilai keadilan dan keberkahan di era digital.

E. Analisis Data

Untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi, penelitian kualitatif menggunakan analisis data yaitu suatu proses yang sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi bagian-bagian dan hubungan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan.⁵⁴ Peneliti dalam penelitian ini

⁵³ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN Yogyakarta Press, 2020), 64.

⁵⁴ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 175-176.

menggunakan teknik *interactive analysis* yaitu pengumpulan data-data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Teknik *intercative analysis* tersebut bisa dijabarkan berikut ini:⁵⁵

1. Pengumpulan data-data

Analisis mencakup pengumpulan data untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan dapat ditarik dan diverifikasi. Seleksi ketat dapat menyederhanakan dan mengubah data kualitatif dalam berbagai cara. menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas melalui ringkasan atau uraian singkat, dan sebagainya. Pemfokusan pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang berasal dari catatan lapangan.⁵⁶

2. Reduksi data

Pemilihan, fokus, pengabstraksian, dan transformasi data kasar dari lapangan adalah proses yang dikenal sebagai reduksi data. Selama proses reduksi ini, peneliti benar-benar mencari data yang benar-benar valid. Jika peneliti tidak yakin dengan kebenaran data yang peneliti peroleh, maka peneliti akan meminta informasi dari sumber lain yang dianggap lebih berpengalaman oleh peneliti untuk dicek ulang.⁵⁷

⁵⁵ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, Dan Operasionalnya*, (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018), 121.

⁵⁶ Hamid Pattilima. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2004)

⁵⁷ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, 78.

3. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang terorganisir memungkinkan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Selama proses ini, peneliti mengelompokkan barang-barang yang serupa menjadi kategori, atau kelompok satu, dua, tiga, dan seterusnya. Masing-masing kelompok menunjukkan tipologi yang tersedia sesuai dengan rumusan masalah, dan selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang dibahas.⁵⁸

4. Kesimpulan

Dalam bagian ini, hanyalah satu kegiatan penarikan kesimpulan dalam konfigurasi yang utuh. Selama penelitian berlangsung, temuan juga diverifikasi. Untuk menjamin validitas data, makna yang dihasilkan dari data harus selalu diuji untuk validitas dan kesesuaian.⁵⁹

F. Keabsahan Data

Pada konteks penelitian kualitatif, hasil atau data dianggap valid jika tidak terdapat perbedaan antara laporan yang disajikan oleh peneliti dengan kenyataan yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian sumbernya. Dalam keabsahan data ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data dari berbagai sumber.⁶⁰ Triangulasi sumber ini bertujuan untuk mendapatkan data valid dari beberapa informan yang berbeda, namun tetap menggunakan metode

⁵⁸ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, 83.

⁵⁹ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, 83

⁶⁰ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, 69.

yang seragam. Dengan menggunakan triangulasi sumber data yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan penelitian di lapangan, dapat dipertanggung jawabkan keabsahan datanya.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Ada tiga tahapan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut ini:

1. Tahap pra lapangan

Pada tahap awal ini peneliti melakukan langkah-langkah yang terseusun dari:

- a. Observasi ke tempat para pedagang sayur di Desa Petung.
- b. Mengajukan permohonan izin penelitian kepada Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- c. Menyusun rencana penelitian yang akan dilakukan.
- d. Membuat pertanyaan mengenai data yang akan dicari jawabannya ke para pedagang sayur.
- e. Menyediakan buku catattan dan alat perekam sebagai persiapan pelengkapan dalam melakukan penelitian.

2. Tahap pelaksanaan penelitian

Setelah mendapatkan izin penelitian dari Waddek I, peneliti datang ke lokasi penelitian yaitu di Desa Petung dan langsung melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi ke para pedagang sayur di Desa Petung

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian ini merupakan langkah terakhir dalam penelitian. Setelah data dikumpulkan melalui berbagai proses, penulis melakukan evaluasi dari awal hingga akhir penelitian ini. Pada tahap akhir, laporan penelitian telah disusun sesuai dengan buku panduan karya ilmiah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



BAB IV

PEYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Petung Bangsalsari

a. Luas Wilayah dan Letak Geografis

Desa Petung merupakan bagian dari Desa yang berada di Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Desa ini mempunyai luas dengan wilayah 1,59 km². Desa ini terdapat batasan-batasan wilayah sebagai berikut ini:

- 1) Bagian sebelah utara berbatasan dengan Desa Banjarsari
- 2) Bagian sebelah selatan berbatasan dengan Desa Rowotamtu
- 3) Bagian sebelah timur berbatasan dengan Desa Pecoro
- 4) Bagian sebelah barat berbatasan dengan Desa Tisnogambar

b. Letak Demografis

- 1) Jumlah Penduduk dan Mata Pencaharian

Desa Petung memiliki populasi yang meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2025, Desa Petung memiliki 9.385 penduduk, dengan 2.909 keluarga per kapita. Mayoritas penduduk Desa Petung bekerja sebagai petani, menghasilkan komoditas utama seperti padi dan jagung. Selain sebagai petani, mata pencaharian penduduk desa petung juga sebagai pedagang sayur. Tiga mata pencaharian tersebut menjadi titik tumpu perekonomian penduduk desa petung.

2) Agama dan Adat Istiadat

Penduduk Desa Petung umumnya mayoritas beragama islam. Bahasa yang digunakan sehari-harinya yaitu Bahasa madura dan Bahasa Jawa. Adat istiadat penduduk Desa Petung sudah turun-temurun dari zaman dahulu sampai sekarang ini, diantaranya yaitu:

- a) Tahlilan, kegiatan tahlilan ini dilakukan oleh Bapak-Bapak Desa Petung pada malam selasa saja. Tempat yang digunakan yaitu dengan bergantian dari rumah ke rumah warga.
- b) Muslimatan, kegiatan ini diikuti oleh Ibu-Ibu saja, biasanya dilakukan pada malam rabu dengan membaca tiba'. Tempat yang digunakan yaitu di Musholla.
- c) Yasinan, kegiatan ini juga diikuti oleh Bapak-Bapak pada malam jum'at saja.
- d) Haul Kiai, kegiatan ini dilakukan oleh penduduk Desa Petung tiap tahun. Masjid Baitur Rahman sebagai tempat yang digunakan acara haul oleh penduduk Desa Petung.
- e) Gotong-Royong, kegiatan ini dilakukan oleh penduduk Desa Petung ketika ada acara perkawinan salah satu warga atau ada warga yang meninggal.

2. Profil Singkat Pedagang Sayur Di Desa Petung

Awalnya, para pedagang sayur di Desa Petung berjualan secara berkeling dari rumah ke rumah warga dan ada yang manggon di pinggir jalan raya serta manggon di rumah. Namun pada tahun 2021 para pedagang

sayur selain berjualan keliling juga mulai berjualan dengan menggunakan media sosial seperti Wa. Karena pada waktu terjadi bencana covid-19 mengakibatkan pedagang sayur melakukan inovasi penjualan secara online. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara ke empat pedagang sayur di Desa Petung yaitu ibu Zainab, ibu Erwin, Ibu Iis, dan Bapak nali terdapat perbedaan dari jumlah modal, umur penjual sayur dan jumlah sayur yang di jual.

a. Modal Usaha

Modal usaha sangatlah penting untuk kelangsungan usaha penjualan. Modal menentukan sedikit banyaknya keuntungan yang didapatkan. Modal yang besar bisa memperoleh laba yang banyak, sedangkan modal yang kecil dapat memperoleh dengan laba yang kecil. Dari kelima pedagang sayur yang telah diwawancarai oleh peneliti terdapat perbedaan dari jumlah awal modal usaha. Berikut ini tabel modal awal para pedagang sayur berjualan;

Tabel 4.1 Modal Usaha Pedagang Sayur

Nama Pedagang Sayur	Modal Awal
Ibu Zainab	Rp. 800.000
Ibu Iis	Rp. 31.000.000
Ibu Erwin	Rp. 700.000
Bapak Nali	Rp. 700.000

Dari tabel di atas, terdapat perbedaan awal modal para pedagang membeli sayuran untuk di jual. Untuk Ibu Zainab awal modal Rp. 800.000, Ibu Iis Rp. 31.000.000 beserta membangun warung di pinggir

jalan raya, Ibu Erwin dan Bapak Nali Rp. 700.000, dan Bapak Hasan Rp. 600.000.

b. Umur Pedagang Sayur

Para pedagang sayur yang berjualan sayur mempunyai umur yang berbeda-beda. Umur para pedagang sayur juga bisa mempengaruhi hasil penjualan sayur. Pedagang sayur yang sudah tua umurnya bisa mengurangi jumlah sayuran yang dijual. Dari kelima pedagang sayur yang sudah diwawancarai oleh peneliti terdapat perbedaan umur, untuk ibu Zainab berumur 49 tahun, ibu iis berumur 35 tahun, ibu Erwin berumur 63 tahun, bapak hasan berumur 32 tahun, dan bapak nali berumur 36 tahun. Berikut ini tabel umur para pedagang sayur:

Tabel 4.2 Umur Pedagang Sayur

Nama Pedagang Sayur	Umur Pedagang sayur
Ibu Zainab	49 Tahun
Ibu Iis	35 Tahun
Ibu Erwin	63 Tahun
Bapak Nali	36 Tahun

c. Jumlah Sayur Yang Dijual

Para pedagang dalam berjualan sayur berusaha semaksimal mungkin untuk menyediakan sayuran yang beragam agar konsumen bisa memilih sayuran yang diinginkan. Peneliti yang telah mewawancarai kelima pedagang sayur terdapat perbedaan dalam jumlah sayuran yang dijual. Ibu Zainab jumlah sayuran yang dijual 10-15 jenis sayuran, ibu iis 15-20 jenis sayuran yang dijual, ibu Erwin 7-12 jenis sayuran yang dijual, bapak hasan dan bapak nali 12-16 jenis sayuran yang dijual.

Berikut ini tabel jumlah sayuran yang di jual oleh para pedagang sayur:

Tabel 4.3 Jumlah Sayuran Yang Di Jual

Nama Pedagang Sayur	Banyaknya Jenis Sayur
Ibu Zainab	10-15 Jumlah Jenis Sayur
Ibu Iis	15-20 Jumlah Jenis Sayur
Ibu Erwin	7-12 Jumlah Jenis Sayur
Bapak Nali	12-16 Jumlah Jenis Sayur

B. Penyajian Data Dan Analisis

Pada tahap ini, peneliti akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara sesuai dengan fokus masalah dan analisis data. Dalam hal ini, peneliti menggunakan analisis data yang digunakan, sehingga bisa mendapatkan suatu kesimpulan penyajian yang terarah sesuai dengan rumusan masalah. Berikut ini penyajian data sesuai rumusan masalah:

1. Inovasi Penjualan Sayur Yang Dilakukan Para Pedagang Di Era Digital Di Desa Petung Kabupaten Jember.

Pada era digital ini, setiap pedagang sayur menginginkan agar jualannya dapat di sukai oleh para konsumen atau ibu-ibu rumah tangga dan diharapkan menjadi pelanggan tetap. Oleh karena itu, para pedagang sayur mengharuskan melakukan inovasi penjualan secara digital melalui media sosial. Dalam hal ini, para pedagang sayur di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember yang menjual sayuran melewati WhatsApp dan telah menerapkan langkah-langkah inovasi penjualan di era digital yaitu:

a. Digitalisasi identitas dan produk

Langkah pertama yang diambil pedagang sayur untuk memasuki ekosistem penjualan kontemporer adalah digitalisasi identitas mereka. Pada titik ini, pedagang membuat akun bisnis di platform seperti WhatsApp Business, Facebook, Instagram, atau TikTok untuk membantu pelanggan menemukan bisnis mereka. Selain itu, pedagang menampilkan gambar produk yang jelas, informasi harga, jam kerja, dan lokasi layanan. Upaya ini membantu pedagang menjadi lebih dikenal di dunia digital dan membuat konsumen merasa lebih profesional.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab selaku pedagang sayur di Desa Petung mengatakan bahwa:

“Saya dalam berjualan sayur secara online ini awalnya membuat pemesanan lewat WhatsApp aja mas. Saya tidak tau cara membuat pemesanan sayur lewat Facebook, Instagram dan tiktok mas. saya selalu memfoto sayuran dan memberi tahu harga sayuran jika ada konsumen yang memesan sayuran lewat WhatsApp mas. Biasanya ibu-ibu sering memesan sayuran melewati WhatsApp ini pada malam hari untuk dimasak pada pagi hari mas”.⁶¹

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya sebagai konsumen Ibu Zainab berkata:⁶²

“Iya Ibu Zainab hanya menggunakan dan menyediakan pemesanan sayuran lewat WhatsApp saja mas dan saya sering memesan lewat WhatsApp”

Hal serupa datang juga datang dari penjelasan Ibu Iis sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata:

⁶¹ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

⁶² Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, 5 Desember 2025.

“Saya dalam menjual sayur secara online ini dengan membuat pemesanan melalui WhatsApp saja mas. Saya tidak tahu cara membuat pemesana melewati Instagram, tiktok dan fecebook mas. saya mengirim gambar sayuran kepada konsumen yang memesan lewat WhatsApp mas dan saya memberi tahu harga sayuran melewati WhasApp ini mas. Kebanyakan konsumen saya ini memesan dengan WhatsApp pada pagi hari mas. karena ibu-ibu rumah tangga mengurus pekerjaan lainnya mas.”⁶³

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Lutfia sebagai konsumen Ibu Iis berkata:

“Saya hanya memesan sayuran lewat WhatsApp saja mas, karena Ibu Iis hanya menyediakan pemesana WhatsApp saja”.⁶⁴

Hal yang sama juga datang dari Ibu Erwin sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata bahwa:

“Saya tidak tahu jualan sayur lewat pemesanan online ini mas. Saya dibantu anak saya berjualan sayuran secara online melewati WhatsApp saja mas. Anak saya memberi tahu kepada ibu-ibu tentang sayuran yang dibeli dengan mengirim gambar sayuran mas dan anak saya juga memberitahu harga sayuran melewati WhasApp mas”.⁶⁵

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyaaan Rahayu sebagai konsumen Ibu Erwin berkata:

“Saya tuh memesan sayuran ke anaknya Ibu Erwin mas, karena Ibu Erwin gak faham cara menggunakan pemesan lewat Wa”⁶⁶

Hal yang senada juga disampaikan oleh Bapak Nali sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata:

“saya berjualan sayur ini secara keliling mas, tapi untuk menambah penghasilan hasil sayuran, saya juga menjual sayuran dengan membuat pemesanan melalui WhasApp mas. Saya hanya memakai pemesana lewat WhasApp saja mas dengan mengirim

⁶³ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁶⁴ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, 26 November 2025.

⁶⁵ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁶⁶ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal. Jember 26 November 2025.

gambar sayuran kepada konsumen yang membeli melewati WhasApp mas. Saya juga memberitahu harga sayuran melewati WhasApp mas kepada konsumen saya mas.”⁶⁷

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Halima sebagai konsumen Bapak Nali berkata:

“Bapak Nali hanya menyediakan pemesanan sayuran lewat WhatsApp saja mas, dan sambal keliling jualan sayuran.”⁶⁸

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur di atas, bahwa keempat pedagang tersebut hanya membuat pemesanan melewati WhasApp saja. Para pedagang sayur tersebut tidak faham akan cara membuat pemesanan melewati platform lainnya seperti pemesanan melewati tiktok, instagram, dan fecebook. Konsumen yang membeli sayuran dengan memesan melewati WhasApp kepada pedagang sayur di atas biasanya pada pagi hari dan malam hari karena konsumen banyak kesibukan untuk mengurus pekerjaan rumah tangga mereka. Para pedagang sayur tersebut menjelaskan sayuran yang dibeli oleh konsumen dengan mengirim gambar sayuran melewati WhasApp dan pedagang sayur juga memberitahu tentang harga sayuran yang dibeli dengan melalui WhastApp.

b. Layanan pemesanan online

Layanan pemesanan online merupakan suatu langkah-langkah dalam inovasi penjualan di era digital. Pemesanan online sangat memudahkan bagi konsumen yang hendak membeli produk melalui

⁶⁷ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

⁶⁸ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember 6 Desember 2026.

aplikasi media sosial yang sudah di sediakan oleh pedagang. Pemesanan online dapat menambah hubungan yang baik antara konsumen dengan pedagang karena terdapat percakapan pada aplikasi media sosial yang digunakan untuk jual beli suatu produk.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab Berkata:

“Saya menjual sayuran secara online ini menggunakan WhatsApp saja mas. Saya menerima pemesanan sayuran secara online mas. Konsumen saya kalau memesan sayuran secara online biasanya habis waktu Ashar ketika konsumen sudah pulang kerja dari gudang tembakau mas. Konsumen wa kepada saya mengenai sayuran yang diinginkan, terkadang langsung lakukan video call dengan saya mas. Setelah itu saya menyuruh anak saya untuk mengantarkan sayuran ke rumah konsumen mas”.⁶⁹

Hal ini dikuatkan langsung oleh Ibu Roakayya sebagai konsumen Ibu Zainab Berkata:

“Iya Ibu Zainab hanya menggunakan dan menyediakan pemesanan sayuran lewat WhatsApp saja mas dan saya sering memesan lewat WhatsApp”⁷⁰

Hasil yang sama juga di jelaskan oleh Ibu Iis berkata:

“Saya menyediakan layanan pemesana sayuran secara online mas. Konsumen yang memesan sayuran secara online biasanya pada pagi hari mas, karena pada pagi hari itu konsumen saya sibuk dengan pekerjaan rumah, jadinya tidak sempat untuk berbelanja sayur ke tempat saya mas. terkadang konsumen langsung video call untuk memilih sayuran yang ingin di beli, setelah itu saya langsung mengantar sendiri sayuran ke rumah konsumen mas”.⁷¹

Hal ini dikuatkan langsung oleh Ibu Lutfia sebagai konsumen

Ibu Iis Berkata:

⁶⁹ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

⁷⁰ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, 5 Desember 2025.

“Saya hanya memesan sayuran lewat WhatsApp saja mas, karena Ibu Iis hanya menyediakan pemesana WhatsApp saja”.⁷²

Hasil yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Erwin berkata:

“Saya hanya jualan di warung ini mas. Kalau konsumen ingin membeli sayuran secara online biasanya langsung ngubungin anak saya karena saya tidak tau jualan secara online mas. Saya di bantu anak saya dalam jualan sayur secara online ini mas. Kebanyakan tetangga saya yang memesan sayuran secara online mas. setelah itu saya menyuruh anak saya untuk mengantarkan sayuran ke rumah tetangga saya mas”.⁷³

Hal ini dikuatkan langsung oleh Rahayu sebagai konsumen Ibu berkata:

“Saya hanya memesan sayuran lewat WhatsApp saja mas, karena Ibu Iis hanya menyediakan pemesana WhatsApp saja”.⁷⁴

Hal yang serupa juga dijelaskan oleh Bapak Nali berkata:

“Saya menyediakan pemesanan sayuran secara online mas untuk memudahkan konsumen ketika mempunyai kesibukan rumah tangga mas. Biasanya konsumen wa saya untuk membeli sayuran, terkadang juga melakukan video call dengan saya untuk membeli sayuran. Setelah itu saya langsung mengantarkan sendiri sayuran yang dibeli oleh konsumen mas, sekalian saya langsung jualan secara keliling dari rumah ke rumah konsumen mas”.⁷⁵

Hal ini dikuatkan langsung oleh Ibu Halima sebagai konsumen Ibu Erwin Berkata:

“saya hanya memesan sayuran lewat WhatsApp ke anaknua Ibu Erwin mas”.⁷⁶

⁷² Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, 26 November 2025

⁷³ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁷⁴ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, 26 November 2025

⁷⁵ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

⁷⁶ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025

Menurut peneliti keempat pedagang sayur di Desa Petung tersebut sudah menerapkan langkah-langkah inovasi penjualan sayur di era digital yaitu para pedagang sayur menyediakan layanan pemesanan sayuran secara online. Kebanyakan para konsumen yang memesan sayuran secara online langsung melakukan video call melalui aplikasi WhatsApp yang sudah digunakan jualan sayur oleh pedagang sayur. dengan adanya layanan pemesanan online dapat memudahkan bagi konsumen ketika tidak bisa secara langsung membeli sayuran yang ingin dibeli. Adanya pemesanan online dapat memberikan manfaat bagi pedagang sayur karena konsumen dapat menjadi pelanggan tetap sehingga pendapatan pedagang bertambah.

c. Layanan pengantaran

Salah satu inovasi yang paling disukai pelanggan adalah layanan pengantaran. Pedagang dapat menawarkan pengantaran secara mandiri menggunakan kendaraan pribadi mereka sendiri atau bekerja sama dengan kurir lokal dan pengemudi ojek online. Beberapa pedagang juga menawarkan diskon khusus, seperti gratis ongkir di beberapa wilayah.

Hal ini sesuai dengan apa yang Ibu Zainab katakan:

“Konsumen yang membeli sayuran kepada saya melewati WhasApp langsung di anter sayurannya oleh anak saya ke rumah konsumen mas. sayuran yang dianter oleh anak saya ini ke rumah konsumen ini dengan gratis ongkir mas. saya tidak menggunakan jasa kurir dalam pengantaran sayur ke rumah konsumen mas, karena konsumen yang memesan sayuran kepada saya kebanyakan dekat rumahnya dengan saya mas”.⁷⁷

⁷⁷ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

Hal ini dikuatkan langsung oleh Ibu Rokayya selaku konsumen

Ibu Zainab berkata:

“Ibu Zainab mengantarkan sayuran secara langsung kepada saya mas, terkadang menyuruh anaknya”⁷⁸

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Iis berkata bahwa:

“Saya mengantar sendiri sayuran yang dibeli oleh konsumen saya melewati pemesanan WhasApp mas. dalam mengantar sayuran yang dibeli oleh konsumen saya langsung mengantar ke rumah konsumen tanpa biaya transportasi mas. jadi saya mengantar sayuran yang dibeli konsumen gratis mas tanpa biaya tambahan karena saya ingin konsumen saya menjadi pelanggan tetap mas. saya dalam pengantaran sayuran yang dibeli konsumen tidak menggunakan kurir karena dikenakan biaya ongkir mas”.⁷⁹

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia sebagai konsumen Ibu iis berkata:

“Ibu Iis sendiri yang mengantarkan secara langsung ke rumah saya mas, tanpa biaya tambahan”.⁸⁰

Hal selaras juga disampaikan oleh Ibu Erwin berkata:

“Saya menyuruh anak saya langsung dalam mengantarkan sayur ke rumah konsumen mas. Saya tidak bisa mengantar sendiri mas, karena umur saya sudah tua dan saya tidak bisa menaiki sepeda mas. sayuran yang anak saya antar ke rumah konsumen itu gratis ongkir tanpa biaya tambahan mas. saya tidak menggunakan jasa kurir mas, karena sudah ada anak saya yang mau mengantar sayuran yang dipesan oleh konsumen mas. kalau pakai jasa kurir dalam pengantaran itu ada biaya tambahan mas”.⁸¹

Hal ini dikuatkan oleh pernyataan Rahayu selaku konsumen Ibu Erwin berkata:

⁷⁸ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, 6 Desember 2025.

⁷⁹ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁸⁰ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

⁸¹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

“Anaknya Ibu Erwin yang mengantarkan sayuran kepada saya mas, karena Ibu Erwin tidak bisa mengendarai sepeda”

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Bapak Nali berkata”⁸²

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Bapak Nali berkata:

“Saya itu jualan sayur keliling dan menggunakan pemesanan sayur melewati WhasApp mas, jadi enak kalau ada yang memesan sayur melewati WhasApp tinggal langsung saya anterin ke rumah konsumen mas. Saya tidak mengenakan biaya tambahan dalam pengantaran sayuran saya ke rumah konsumen ini mas. Saya tidak menggunakan jasa kurir dalam pengantaran sayuran saya ini mas, karena saya bisa mengantar sendiri menggunakan sepeda saya mas sekaligus jualan sayur secara keliling rumah mas”.⁸³

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Halima berkata:

“Bapak Nali langsung mengantarkan sayuran ke rumah saya mas. Dan langsung berjualan secara keliling.”⁸⁴

Menurut peneliti para pedagang sayur di Desa Petung tersebut dalam sistem pengantaran sayuran yang dibeli oleh konsumen itu ada menyuruh anaknya untuk mengantarkan secara langsung ke rumah konsumen dan ada yang mengantar secara oleh pedagang sayurnya sendiri ke rumah konsumen dengan menggunakan sepeda motor. Para pedagang sayur tersebut dalam pengantaran sayuran yang dibeli konsumen tanpa biaya ongkir dalam artian gratis tidak dikenakan biaya tambahan, tujuannya yaitu agar konsumen merasa senang dalam berbelanja sayur melewati pemesanan secara online dan diharapkan menjadi pelanggan tetap.

⁸² Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

⁸³ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

⁸⁴ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

d. Sistem pembayaran

Sistem pembayaran dalam penjualan harus disepakati oleh kedua belah pihak. Pada era digital ini, sistem pembayaran sangatlah mudah dengan menggunakan qris dan lain sebagainya. Namun bagi konsumen yang tidak memiliki qris dapat membayar dengan menggunakan pembayaran yang sah.

Sesuai hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata bahwa:

“Sistem pembayarannya secara Cod mas, Ketika sudah sayuran sampai dirumah konsumen setelah itu konsumen membayar secara tunai mas. saya tidak menggunakan pembayaran secara digital mas, karena saya tidak faham pembayaran secara digital, konsumen saya kebanyakan ibu-ibu rumah tangga yang juga tidak faham pembayaran secara digital mas. Konsumen saya juga berbelanja sedikit mas, jadi lebih gampang kalau bayar secara langsung”.⁸⁵

Hal ini dikuatkan langsung oleh Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Saya hanya membayar lewat tunai mas, karena jumlah sayuran yg saya beli sedikit”.⁸⁶

Hal yang sama juga datang dari penjelasan Ibu Iis berkata:

“Sayuran saya yang dipesan oleh konsumen melewati WhasApp selalu saya antar ke tempat konsumen berada mas. Saya menggunakan sepeda motor sendiri dalam mengantarkan sayuran milik konsumen ini mas. pembayaran sayuran ini secara cod mas dengan menggunakan uang tunai mas dan qris.”⁸⁷

Hal ini dikuatkan langsung oleh Lutfia selaku konsumen Ibu Iis berkata:

⁸⁵ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

⁸⁶ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

⁸⁷ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

“Terkadang saya membayar menggunakan qris mas, kalau jumlah sayuran yang saya beli itu banyak”.⁸⁸

Hal yang sama juga datang dari perkataan Ibu Erwin berkata:

“Konsumen saya membayar secara tunai mas. Saya juga tidak faham pembayaran secara digital mas. Lebih enak bayar secara tunai mas, karena konsumen membeli sayuran saya itu sedikit jumlah harga sayuran yang dibeli mas”.⁸⁹

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Rahayu selaku konsumen Ibu Erwin berkata:

“Saya membayar secara tunai mas. Karena saya tidak faham pembayaran secara online”⁹⁰

Hal yang serupa juga datang dari Bapak Nali berkatabahwa:

“Pembayaran sayuran yang dibeli konsumen itu secara tunai mas, karena memudahkan saya untuk berbelanja atau kolakan sayuran di pasar mas”.⁹¹

Hal ini dikuatkan langsung oleh Ibu Halima berkata:

“Saya membayar sayuran secara tunai mas. Karena jumlah sayuran yang saya beli sedikit”.⁹²

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
Menurut peneliti, para pedagang sayur tersebut tidak menerapkan pembayaran secara digital seperti melewati qris, dana, shopeepay dan lain sebagainya, karena para pedagang sayur tersebut tidak faham tentang sistem pembayarannya secara digital terlebih lagi para

⁸⁸ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

⁸⁹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁹⁰ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

⁹¹ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

⁹² Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

konsumen yang membeli sayuran melewati WhatsApp tidak faham tentang pembayaran secara digital. Mereka para pedagang sayur di Desa Petung juga beranggapan bahwa pembayaran secara tunai itu lebih menghemat dari pembayaran secara digital karena dapat dibuat kolakan sayuran lagi. Para pedagang sayur juga beranggapan lebih baik bayar secara tunai karena jumlah sayuran yang dibeli oleh konsumen melewati WhatsApp itu sedikit dalam artian jumlah harga sayuran yang dibeli itu tidak banyak.

e. Inovasi kemasan dan bundling produk

Pedagang membuat kemasan dan paket penjualan baru untuk menarik pelanggan. Pedagang menggunakan kemasan yang lebih bersih, teratur, dan ramah lingkungan. Mereka juga menawarkan paket sayur harian, mingguan, atau menu khusus, seperti sop, sayur asem, dan tumis. Inovasi ini membuat belanja sayur lebih mudah bagi pelanggan dan meningkatkan nilai tambah produk.

Sesuai hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata bahwa:

“Saya menjual sayuran pemesanan melewati WhatsApp itu biar memudahkan konsumen saymas. Saya membungkus dengan wadah plastic setiap sayuran mas. saya membungkusnya satu persatu mas, tidak mencampur semua sayuran dalam satu wadah mas. saya menyiapkan paket bundling mas, sehingga memudahkan konsumen untuk membelinya mas. dengan membungkus sayuran secara rapi menggunakan plastic dan menyiapkan bundling dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli sayuran saya melewati pemesana WhatsApp mas”.⁹³

⁹³ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya berkata:

“Ibu Zainab membungkus sayuran dengan wadah plastic biasa mas. Dan menyediakan paket sayuran sop”.⁹⁴

Hal yang sama juga datang dari penejelasan Ibu Iis berkata:

“Saya membungkus jualan sayuran saya itu hanya dengan menggunakan plastic saja mas, tidak membungkus dengan wadah yang lainnya mas. Saya dalam jualan sayuran ini juga menyiapkan paket bundling mas, sehingga memudahkan bagi konsumen saya untuk membeli sayura milik saya mas”.⁹⁵

Hal ini dikuatkan dengan pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Iis berkata:

“Ibu Iis hanya membungkus dengan wadah plastic pada umumnya dan menyiapkan paket sayur sop mas”.⁹⁶

Hal yang sama juga datang dari penejelasan Ibu Erwin berkata:

“Saya hanya menggunakan plastic yang harga dua ribuan itu untuk membungkus sayauran milik saya mas. Saya juga menyiapkan paket bundling mas, seperti jagan sop mas itu ada semua sayuran di dalamnya mas, sehingga konsumen tidak ribet untuk membeli satu persatu bahan sayuran yang dinginkan mas.”⁹⁷

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu berkata:

“Wadah sayuran Ibu Erwin di bungkus dengan plastic biasa serta menyiapkan paket sayuran seperti sop mas”.⁹⁸

Hal yang sama juga datang dari penejelasan Bapak Nali berkata:

“Dalam membungkus sayuran, saya hanya membungkusnya hanya dengan menggunakan plastic saja mas. Saya juga menyiapkan paket bundling mas, seperti sayuran sop mas, itu

⁹⁴ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

⁹⁵ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁹⁶ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁹⁷ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

⁹⁸ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

sudah lengkap di dalamnya mas. Sehingga konsumen hanya tinggal masak saja mas, dan tidak perlu membeli satu persatu bahan sayuran yang diinginkan mas.”.⁹⁹

“Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Halima berkata:

“Bapak Nali membungkus sayuran dengan wadah plastic biasa dan menyiapkan paket sayuran sop”.¹⁰⁰

Menurut penliti dari keempat pedagang sayur di atas dapat disimpulkan bahwa mereka para pedagang sayur di Desa Petung tersebut hanya membungkus sayurannya dengan menggunakan plastik saja, karena sudah terbiasa mulai dari dahulu, dan dengan membungkus hanya menggunakan plastik saja tidak bikin ribet bagi mereka dalam artian mudah untuk membungkus pemesanan milik konsumen. Pedagang sayur di Desa Petung juga menyiapkan paket bundling sayuran, sehingga konsumen yang membeli sayuran melewati pesan WhatsApp tidak perlu lagi membeli satu persatu bahan sayuran yang diinginkan, dengan hal itu dapat menambah penghasilan pedagang sayur di Desa Petung karena konsumen merasa senang dan puas sehingga konsumen dapat menjadi pelanggan tetap.

f. Pembuatan konten edukatif dan promotive

Pedagang sayur aktif membuat konten digital yang informatif, seperti panduan untuk mencuci sayur dengan benar, cara menyimpan sayur agar tahan lama, dan resep masakan sederhana. Selain itu, bisnis

⁹⁹ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025

¹⁰⁰ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan membagikan konten promosi seperti pengumuman stok, harga spesial, dan diskon mingguan secara teratur melalui media sosial atau Story WhatsApp.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Saya hanya bisa membuat stori WhatsApp tentang sayuran yang saya jual ini mas, tujuannya yaitu agar konsumen yang mau membeli ke saya itu mengetahui stok sayuran yang ada maupun yang tidak ada mas, konsumen juga tau tentang kualitas sayuran yang saya jual melewati stori WhatsApp mas. terkadang pelanggan saya membeli sayuran dengan cara membalas stori saya yang berisi stori sayuran mas”.¹⁰¹

Hal yang serupa juga datang dari penjelasan Ibu Iis berkata:

“Saya hanya membuat stori sayuran di WhatsApp mas, dengan membuat stori sayuran melewati WhatsApp konsumen yang sering memesan melewati WhatsApp bisa mengetahui sayuran yang diinginkan mas.”¹⁰²

Hal serupa juga datang dari penjelasan Ibu Erwin berkata:

“Anak saya hanya membuat stori sayuran hanya melewati WhatsApp saja mas karena anak saya sibuk dengan pekerjaannya mas, sehingga tidak ada waktu untuk membikin konten tentang sayuran yang saya jual ini mas. dengan anak saya membuat stori sayuran melewati WhatsApp, tetangga atau konsumen saya bisa mengetahui sayuran yang saya jual itu ada atau tidaknya mas.”.¹⁰³

Hal yang sama juga datang dari penjelasan Bapak Nali berkata:

“Saya hanya membuat stori sayuran yang saya jual ini melewati stori WhatsApp saja mas, saya tidak tau cara mengedit sayuran untuk dijadikan konten mas, saya juga tidak mempunyai waktu belajar mengedit sayuran yang saya jual ini untuk dibuat konten mas karena saya juga berjualan secara keliling mas. Ketika saya membuat stori melewati WhatsApp saja mas, konsumen saya bisa mengetahui stok sayuran yang saya jual itu mas dan konsumen juga mengetahui kualitas sayuran yang saya jual itu

¹⁰¹ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁰² Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁰³ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

mas. saya hanya menjual sayuran mempunyai kualitas bagus mas, sehingga konsumen merasa senang dan puas mas”.¹⁰⁴

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur tersebut tidak ada satupun yang membuat konten tentang sayuran yang dijual oleh pedagang sayur di Desa Petung karena para pedagang sayur tersebut tidak faham tentang cara mengedit dan membuat konten sayuran di sosial media. Para pedagang sayur di Desa Petung hanya membuat stori WhatsApp saja. Dengan cara itu konsumen yang sering berbelanja kepada pedagang sayur di Desa Petung bisa mengetahui stok sayuran yang para pedagang sayur jual. Hal itu juga dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja melewati pemesanan WhatsApp karena para konsumen bisa memilih sayuran yang berkualitas yang dijual oleh para pedagang sayur di Desa Petung.

g. Kolaborasi dengan petani dan *supplier*

Pedagang bekerja sama dengan petani sayur pemasok sayur agar kualitas sayur tetap terjaga dan stok selalu tersedia. Dengan bekerja sama, pedagang dapat mendapatkan harga beli yang lebih stabil dan memastikan ketersediaan stok yang konsisten. Kerja sama ini meningkatkan produktivitas dan membantu mengatasi perubahan harga pasar.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Zainab serkata:

“Saya kolakan sayuran untuk dijual melewati pemesanan online itu dari pasar tanjung mas, karena di pasar tanjung itu tempat pengepul sayuran mas, banyak petani yang menjual secara

¹⁰⁴ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

langsung sayurannya di pasar tanjung mas, sayurannya segar-segar kalua di pasar tanjung mas karena langsung dari petani mas. jadi saya langsung pergi kolakan di pasar tanjung mas untuk dijual kembali mas.”.¹⁰⁵

Hasil wawancara juga dengan Ibu berkata bahwa:

“Kalau saya kolakan sayuran ini dari pemasok grosir mas. pada jam 03.30 wib pemasok grosir sudah datang ke warung saya mas dengan membawa pikc up yang berisi macam-macam sayuran mas. Pemasok grosir itu datang dari pasar tangjung langsung ke warung saya mas. Selain harganya sayuran yang saya kolakan dari pemasok grosir ini juga sayurannya berkualitas mas, karena langsung datang dari pasar tanjung mas. setiap hari pemasok geosir itu mengirim sayuran ke warung saya mas.”.¹⁰⁶

Begitu juga hasil wawancara dengan Ibu Erwin berkata:

“Saya dalam kolakan sayur langsung ke pasar Rambipuji mas, saya tidak memakai jasa pemasok sayur mas. Saya kolakan sayur ini pada shubuh-shubuh mas, setelah itu saya langsung menjual sayuran di pinggir pasar petung mas dan saya juga berjualan dengan menggunakan pemesanan lewat WhatsApp mas, saya membuka warung disana mas, karena banyak konsumen yang melewati pasar petung mas.”.¹⁰⁷

Hasil wawancara juga dengan Bapak Nali berkata:

“Saya sendiri kolakan sayur ini dari pasar Bangsalsari mas, saya berangkat sebelum shubuh ke pasar Bangsalsari untuk kolakan sayuran yang akan saya jual mas.. Jadi enak mas dari kolakan sayuran di pasar Bangsalsari saya langsung menjual sayuran secara keliling di Desa Petung mas, dan kalua ada pesan sayuran lewat WhatsApp langsung saya nater ke rumah konsumen mas setelah itu saya lanjut jualan secara keliling dari rumah ke rumah warga mas.”.¹⁰⁸

Menurut peneliti dari keempat para pedagang sayur yang berjualan di Desa Petung cara kolakan sayurannya berbeda-beda. Ada

¹⁰⁵ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁰⁶ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁰⁷ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁰⁸ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

yang kolakan sayuran secara langsung ke pasar Tanjung, ada juga yang menggunakan jasa pemasok sayuran yang datang dari pasar Tanjung, ada juga yang kolakan dari pasar Rambipuji, dan ada juga yang kolakan dari pasar Bangsalsari. Dari keempat para pedagang sayur tersebut hanya satu yang menggunakan jasa pemasok sayuran yaitu Ibu Iis. Ibu Iis menggunakan pemasok sayuran ini untuk memudahkan jualan sayur karena tidak langsung kolakan di pasar dan juga menghemat biaya transportasi, sedangkan para pedagang sayur lainnya pergi secara langsung untuk kolakan sayuran yang akan dijual lagi. Namun para pedagang sayur yang tidak memakai jasa pemasok sayur, mereka secara langsung datang ke pasar untuk kolakan sayuran yang segar-segar dan berkualitas, sehingga para konsumen dari para pedagang sayur tersebut tidak kecewa dan merasa puas.

h. Peningkatan customer experience

Keberhasilan pedagang sayur digital bergantung pada pengalaman pelanggan yang luar biasa. Pedagang memastikan bahwa sayur yang dijual segar dan berkualitas tinggi, menawarkan tanggapan cepat di platform digital, dan berinteraksi secara ramah dan informatif. Pelanggan sering menerima bonus kecil seperti bawang kecil, daun bawang, atau cabai sebagai bentuk penghargaan. Strategi ini mendorong terjadi dan membuat belanja menyenangkan

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Terkadang saya ngasih sayuran lebih ke konsumen mas sebagai bonus atas pembelian ke saya terus mas. Jadi konsumen saya itu

senang mas membeli lewat WhatsApp mas karena konsumen tidak perlu datang ke tempat saya jual mas karena langsung dianter oleh anak saya mas”.¹⁰⁹

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab Berkata:

“Terkadang Ibu Zainab memberikan bonus seperti bawang pring, cabai, dan lain sebagainya”.¹¹⁰

Hasil wawancara juga dengan Ibu Iis berkata:

“Konsumen yang sering berbelanja ke saya itu saya ngasih bonus lebih sayuran mas, terkadang ngasih cabai mas, sebagai konsumen tetap saya mas. Dengan hal itu konsumen yang membeli lewat pemesanan WhatsApp dan yang menjadi pelanggan tetap saya, merasa senang mas karena biaya pengantaran sayuran gratis dan saya juga mengasih bonus sayuran tambahan mas”.¹¹¹

Pernyataan ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia berkata:

“Terkadang Ibu Iis memberikan bonus seperti bawang pring, cabai, dan lain sebagainya”.¹¹²

Hasil yang serupa wawancara dengan Ibu Erwin berkata:

“Konsumen yang membeli sayuran kepada saya terkadang saya ngasih bonus sayuran tambahan mas, agar konsumen saya itu senang mas, dan bisa sering berbelanja ke saya lagi mas”.¹¹³

Hal ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu berkata:

“Terkadang Ibu Iis memberikan bonus seperti bawang pring, cabai, dan lain sebagainya”.¹¹⁴

¹⁰⁹ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹¹⁰ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025

¹¹¹ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹¹² Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹¹³ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹¹⁴ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

Hasil yang sama wawancara juga dengan Bapak Nali berkata:

“Terkadang saya memberi bonus tambahan sayuran ke konsumen saya mas, agar konsumen say aitu senang membeli sayuran ke saya mas, dan saya berharap konsumen yang membeli sayuran kepada saya dapat membeli lagi sayuran kepada saya mas”.¹¹⁵

Hal ini dikuatkan secara langsung oleh pernyataan Ibu Halima berkata:

“Terkadang Bapak Nali memberikan bonus seperti bawang pring, cabai, dan lain sebagainya”.¹¹⁶

Menurut peneliti dari keempat pedagang sayur tersebut menjual sayuran yang bagus-bagus kualitasnya dan menjual yang segar-segar karena untuk memuaskan para konsumen. Jika para pedagang sayur tersebut menjual sayuran yang kualitasnya tidak bagus, maka konsumen tidak akan membeli sayuran para pedagang sayur tersebut. Konsumen yang membeli lewat pemesanan WhatsApp langsung di antar oleh para pedagang sayur tersebut ke rumah konsumen tanpa biaya tambahan dalam artian gratis ongkir. Para pedagang sayur juga terkadang memberikan tambahan bonus sayuran yang dibeli oleh konsumen agar konsumen merasa senang. Dengan cara tersebut mulai dari pengantaran sayuran secara gratis dan bonus tambahan sayuran dapat menarik minat beli konsumen sehingga dapat menjadi pelanggan tetap serta dapat menambah hasil pendapatan para pedagang sayur yang berjualan di Desa Petung.

¹¹⁵ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹¹⁶ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025

2. Implementasi Nilai Keadilan Dan Keberkahan Dalam Jual Beli Sayur DI Desa Petung Kabupaten Jember.

Keadilan harus menjadi prioritas utama dalam jual beli, sebab tanpa keadilan tidak akan mendapatkan keberkahan. Dalam jual beli sayur tentunya harus saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yaitu bagi pedagang dan pembeli dengan tujuan untuk mendapatkan keberkahan. Dalam jual beli penjual harus memberikan informasi yang jelas kepada pembeli mengenai kondisi barang dagangan yang dijual dan tidak boleh penjual memanipulasi timbangan dan harga barang dagangannya. Sesuai prinsip-prinsip keadilan dan keberkahan yang telah dipraktikkan oleh pedagang sayur di Desa Petung Yaitu:

a. Kejujuran

Dalam menjual haruslah jujur mengenai kualitas produk yang di jual, karena kejujuran dapat mendatangkan kebaikan bagi pedagang dalam berjualan, tanpa adanya kejujuran akan merugikan pihak lain begitu pula kepada pembeli haruslah jujur dalam membayar barang dagangan yang dibeli sesuai dengan alat tukar yang berlaku agar terciptanya hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu sangatlah penting kejujuran dalam berdagang.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Zainab sebagai pedagang sayur di Desa Petung menyatakan bahwa:

“Hal pertama yang saya lakukan ketika ada konsumen yang membeli sayuran baik secara langsung datang ke rumah saya atau membeli lewat wa yaitu menjelaskan sayuran yang bagus-bagus kepada konsumen mas. Saya mengatakan apa adanya tentang

kualitas sayuran saya mas. Saya kolakan sayuran itu bagus-bagus mas karena saya langsung pergi ke pasar Tanjung untuk kolakan sayuran mas. Saya tidak berani untuk berbohong terhadap kualitas sayuran saya mas, dan saya tidak berani mencampur sayuran yang jelek dengan sayuran yang bagus mas, takutnya konsumen saya itu kecewa mas dan tidak mau lagi berbelanja sayuran ke saya mas”.¹¹⁷

Pernyataan ini dikuatkan oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainba berkata:

“Iya Ibu Zainab menjelaskan kepada saya mengenai kualitas sayuran yang dijual mas. sayuran yang di jual oleh Ibu Zainab bagus-bagus kualitasnya, karena langsung kolakan di pasar Tanjung mas”.¹¹⁸

Hal yang selaras juga disampaikan oleh Ibu Iis sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata bahwa:

“Konsumen yang membeli sayuran kepada saya itu langsung saya suruh milih sendiri sayuran yang bagus-bagus mas, saya memberitahu ke konsumen bahwa sayuran yang saya jual ini bagus-bagus dan dalam keadaan segar mas karena langsung dibawakan oleh supplier sayuran yang datang ke waarung saya mas, supplier itu membawa sayuran yang bagus-bagus dan segar-segar dari pasar tanjung dengan menggunak pick up mas. Jadi saya tidak mencampurkan sayuran yang kualitasnya buruk dengan kualitasnya bagus mas”.¹¹⁹

Pernyataan ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Iis berkata:

“Ibu Iis menjual sayuran yang kualitasnya bagus mas. banyak orang yang membeli sayuran kepada Ibu Iis karena beliau jujur tentang sayuran yang dia peroleh”.¹²⁰

¹¹⁷ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹¹⁸ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹¹⁹ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹²⁰ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Erwin sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata:

“Saya kolakan sayuran yang segar-segar di Pasar Rambipuji mas, setelah itu saya menjual sayuran itu dekat pasar Petung mas, konsumen yang membeli sayuran kepada saya disuruh memilih sendiri sama saya mas jenis sayuran segar-segar yang ingin dibeli oleh konsumen mas. Saya tidak menjual sayuran yang tidak segar dan kurang bagus mas serta saya tidak mencampur sayuran yang bagus dengan sayuran yang jelek mas”.¹²¹

Pernyataan ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen dari Ibu Erwin berkata:

“Ibu Erwin selalu menjelaskan mengenai kualitas sayuran yang di jual kepada saya mas. sayuran yang di jual oleh Ibu Erwin bagus kualitasnya, karena langsung kolakan sayur di pasar Rambipuji”.¹²²

Hal yang serupa juga datang dari penjelasan Bapak Nali sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata:

“Saya kolakan sayuran ini di pasar Bangsalsari mas, setelah itu saya jual secara keliling dari rumah ke rumah warga dan menjual melewati pemesanan WhatsApp mas. Saya memberitahu kepada konsumen yang mau membeli sayuran say aini mas bahwa sayuran yang saya jual ini dalam keadaan segar-segar mas. Saya memberi kebebasan kepada konsumen untuk memilih sayuran yang diinginkan mas. saya juga memberitahu kepada konsumen bahwa sebagian sudah dibungkus sesuai timbangan waktu kolakan sayuran di pasar Bangsalsari mas”.¹²³

Pernyataan ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Halima selaku konsumen Bapak Nali berkata:

¹²¹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹²² Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹²³ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

“Bapak nali kolakan sayuran di Bangsalsari mas. Dia jualan sayuran yang bagus kualitasnya dan tidak mencampur sayuran yang jelek dengan yang bagus”.¹²⁴

Menurut peneliti dari yang sudah dikemukakan oleh para pedagang sayur di Desa Petung tersebut bahwa para pedagang sayur di atas sudah menerapkan prinsip keadilan yaitu kejujuran dalam menjual sayuran. Para pedagang sayur tersebut memberikan kebebasan kepada konsumen dalam memilih sayuran yang diinginkan dan para pedagang sayur tersebut juga memberitahu secara apa adanya dalam artian jujur tentang kualitas sayuran yang para pedagang sayur jual. Para pedagang sayur di Desa Petung juga memberitahu bahwa dalam kolakan sayuran langsung dari pasar, ada yang kolakan di Pasar tanjung, ada yang menggunakan supplier sayur yang datang dari pasar tanjung, ada yang kolakan dari pasar Rambipuji, dan ada yang kolakan dari pasar Bangsalsari. Para pedagang sayur di Desa Petung tersebut tidak mencampur sayuran yang kualitasnya bagus dengan sayuran yang kualitasnya jelek karena para pedagang sayur tersebut takut akan konsumen kecewa dalam membeli sayuran mereka dan konsumen juga tidak mau berbelanja lagi kepada para pedagang sayur di Desa Petung. Oleh karena itu para pedagang sayur di DesaPetung menerapkan prinsip keadilan yaitu kejujuran dalam menjual sayuran. Sehingga Ketika nilai keadilan sudah diterapkan yaitu jujur tentang kualitas sayuran maka

¹²⁴ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

akan mendatangkan keberkahan dalam jual sayuran bagi kedua belah pihak yaitu bagi pedagang sayur maupun bagi konsumen.

b. Transparansi

Seseorang pedagang hendaklah dalam menakar atau menimbang suatu barang haruslah transparan di depan pembeli, tidak boleh dalam menimbang barang dagangan tanpa diketahui pembeli. Para pedagang juga tidak boleh dalam menimbang berat sebelah karena dapat merugikan pihak lain dan juga para pedagang tidak boleh memberatkan timbangan untuk menaikkan harga pada barang yang dibeli oleh konsumen karena itu dapat menguntungkan pedagang namun merugikan pihak pembeli. Dengan menimbang barang dagangan secara transparan dapat menciptakan hubungan yang harmonis bagi kedua belah pihak dan dapat mendatangkan keberkahan dalam jual beli sayur.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Ketika konsumen sudah memilih sayuran yang bagus setelah itu saya menimbang dengan menggunakan timbangan digital mas, saya menimbang sayuran itu secara langsung di depan konsumen yang membeli mas, dengan tujuan untuk menghindari kesalahfahaman dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen mas dan sayuran yang ditimbang dengan menggunakan timbangan digital ini mas, harga sayuran yang ditimbang sudah muncul mas, sehingga konsumen saya itu tahu tentang jumlah berat sayuran yang dibeli serta harganya mas. saya menggunakan timbangan digital ini karena dapat mengukur barang yang kecil mas dan tingkat akurasi sangat tinggi mas”.¹²⁵

Pernyataan ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

¹²⁵ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

“Ibu Zainab menimbang sayuran yang saya beli langsung di dcepan saya mas. Ibu Zainab menggunakan timbangn digital dalam menimbang sayuran. Timbangan digital ini akurat dan terlihat harga sayuran Ketika di timbang mas”.¹²⁶

Hal yang selaras juga datang dari penjelasan Ibu Iis berkata:

“Ketika konsumen sudah memilih sayuran yang bagus-bagus mas, saya langsung menimbang di depan konsumen mas, supaya konsumen tidak beranggapan saya mengurangi timbangan mas, saya menggunakan timbangan jadul atau timban bebek mas. Saya dalam menimbang sayuran punya konsumen ini tidak berat sebelah mas, ketika sudah pas di tengah-tengah dalam menimbang sayurannya baru saya langsung bungkus sayuran itu mas, dan langsung saya kasih ke konsumen mas.”.¹²⁷

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Iis berkata:

“Ibu Iis menimbang sayuran punya saya secara langsung di depan saya mas. sehingga saya mengetahui sayuran yang saya beli itu harganya sesuai mas”.¹²⁸

Hal yang senada juga disampaikan oleh Ibu Erwin berkata:

“Konsumen yang sudah memilih sayuran yang mau dibeli langsung saya timbang di depan konsumen mas. Saya dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen tadi dengan menggunakan timbangan jadul mas, setelah tidak berat sebelah pas ditengah-tengah ketika selesai menimbang baru saya kasih kepada konsumen saya tadi mas. Semua harga sayuran saya berlakukan sama kepada pembeli mas. Saya tidak memberatkan timbangan mas dan saya tidak curang dalam menimbang mas,”.¹²⁹

Pernyataan ini langsung diperkuat dengan pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Erwin berkata:

¹²⁶ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹²⁷ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹²⁸ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹²⁹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

“Ibu Erwin selalu memperlihatkan kepada saya ketika menimbang sayuran yang saya beli mas. saya senang kalau di timbang secara langsung di depan saya mas”.¹³⁰

Hal yang sama juga datang dari penjelasan Bapak Nali berkata:

“Saya jualan sayuran ini adli dengan tidak memberatkan timbangan mas. Dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen saya langsung menimbang di depan konsumen mas, saya nunggu pas di tengah-tengah dalam menimbang dan tidak berat sebelah mas, supaya konsumen saya itu mengetahui kalau tidak dikurangi dalam menimbang sayurannya. Semua konsumen saya memberlakukan sama mas, mulai dari harga dan pelayanan timbanganya.”.¹³¹

Pernyataan ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Halima selaku konsumen Bapak Nali berkata:

“Saya kalau membeli sayuran kepada Bapak Nali itu selalu di timbang sayuran punya saya. Jadi saya tau sayuran yang di timbang itu sesuai dengan harga yang saya beli mas”¹³².

Menurut peneliti dari keempat pedagang sayur yang berjualan di Desa Petung tersebut telah menerapkan prinsip keadilan dalam jual beli sayur yaitu para pedagang sayur menakar atau menimbang sayuran milik konsumen dengan secara adil. Dalam menimbang sayuran ini para pedagang sayur ada yang menggunakan timbanga digital, timbangan digital ini sangatlah membantu bagi pedagang sayur dalam menimbang sayuran karena timbangan digital ini dapat mengetahui harga sayuran Ketika di timbang dan tingkat akurasiya sangatlah tinggi sehingga konsumen juga mengetahui harga sayuran yang di timbang dengan

¹³⁰ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹³¹ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹³² Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

menggunakan timbangan digital. Adapun para pedagang sayur lainnya menggunakan timbangan jadul atau timbangan bebek yaitu Ketika pedagang sayur menimbang dengan menggunakan timbangan jadul atau timbangan bebek, para pedagang sayur tersebut menunggu terelent lebih dahulu Ketika sudah pas di tengah-tengah dalam artian tidak berat sebelah maka pedagang sayur tersebut langsung memberitahu harga sayuran yang telah di timbang dan membungkus sayuran yang telah di timbang tersebut. Dengan cara meimbang sayuran tersebut, para pedagang sayur di Desa Petung telah menerapkan prinsip keadilan yaitu transparan dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen. Ketika sudah transparan dalam menimbang sayuran maka akan mendatangkan keberkahan dalam jual beli sayur karena tidak ada pihak yang dirugikan baik pedagang sayur maupun konsumen

c. Saling menguntungkan

Para pedagang tidak boleh merugikan pihak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli dan tidak boleh hanya menuntungkan salah satu pihak saja. Para pedagang harus jujur antara barang yang dijual dengan harga barang yang dijual dan tidak boleh curang dalam memberikan informasi mengenai harga barang dagangan. Dengan menerapkan prinsip saling menguntungkan ini dapat memberikan rasa kepercayaan di antara kedua belah pihak.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Saya berjualan sayur yang segar-segar mas, saya memberitahu terlebih dahulu kepada konsumen saya yang mau membeli

sayuran kepada saya mas, bahwa saya kolakan sayuran ini dari pasar tanjung dalam keadaan segar-segar mas dan saya tidak mencampur sayuran yang jelek dengan sayuran yang bagus mas. Konsumen yang membeli sayuran kepada saya langsung saya timbang mas dengan timbangan digital. Setelah ditimbang dan harganya dikethau baru saya memberitahu konsumen tentang harga sayuran yang telah ditimbang tadi mas. Dengan hal itu konsumen saya senang mas karena membeli sayuran yang bagus dan harganya sesuai waktu di timbang mas. Jadi saya jualan sayuran ini saling menguntungkan bagi saya dan konsumen yang membeli sayuran kepada saya mas”.¹³³

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Iis berkata bahwa:

“Saya memberitahu konsumen kalau saya menjual sayuran yang kualitasnya bagus-bagus mas karena sayuran saya ini dari supplier mas dengan membawa pick up yang berisi sayuran yang datang dari pasar tanjung mas dan saya tidak mencampur sayuran yang bagus dengan sayuran yang jelek mas. Saya dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen menggunakan timbangan jadul mas dan tidak berat sebelah mas yaitu pas di tengah-tengah mas. Dengan cara memberikan informasi tentang kualitas sayuran dan cara menimbang yang adil, konsumen saya bisa senang mas dan konsumen saya sering berbelanja sayuran ke warung saya mas”.¹³⁴

Hal yang sama juga datang dari penejelasan Ibu Erwin berkata:

“Konsumen yang membeli sayuran kepada saya selalu diberikan kebebasan untuk memilih sayuran yang diinginkan mas. Saya memberitahu konsumen kalau sayuran saya ini bagus-bagus mas karena saya langsung kolakan sayuran pada waktu sebelum shubuh di Pasar Rambipuji mas. Konsumen yang sudah membeli sayuran langsung saya timbang menggunakan timbangan jadul mas, kalau sudah tidak berat sebelah baru saya kasih ke konsumen sayurannya mas. Dengan menjual sayuran yang bagus dan menimbang sayuran dengan adil konsumen saya merasa senang mas”.¹³⁵

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Nali berkata:

“Saya menjual sayuran ini bagus-bagus mas karena langsung saya kolakan dari pasar Bangsalsari mas. Konsumen yang berbelanja

¹³³ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹³⁴ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹³⁵ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

sayur kepada saya selalu milih sendiri mas tergantung seleranya konsumen mas. Kalau sudah konsumen memilih sayuran yang dibeli baru setelah itu saya menimbang sayurannya mas, saya meimbang itu tidak berat sebelah mas karena saya menggunakan timbangan jadul mas. Dengan cara menimbang yang adil dan menjual sayuran yang bagus-bagus konsumen saya sering berbelanja kepada saya mas dan puas terhadap sayuran yang dibeli oleh konsumen saya mas”.¹³⁶

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur yang berjualan di Desa Petung tersebut bahwa telah menerapkan nilai keadilan dalam jual beli yaitu menerapkan prinsip keadilan yang berupa saling menguntungkan. Konsumen diberikan kebebasan untuk memilih sayuran yang diinginkan. Sayuran yang dijual oleh pedagang sayur dalam kualitas yang segar-segar karena langsung kolakan di pasar. Pedagang sayur dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen secara adil karena menggunakan timbangan digital yang sudah diketahui harga sayuran ketika di timbang dan menggunakan timbangan jadul yang tidak berat sebelah waktu menimbang dalam artian pas di tengah-tengah. Dengan hal itu konsumen mendapatkan sayuran yang diinginkan dengan adil sehingga prinsip keadilan yaitu saling menguntungkan bagi pedagang sayur dan konsumen maka akan mendatangkan keberkahan dalam jual beli sayur karena antara pedagang sayur menjual secara benar dan konsumen mendapatkan sayuran yang diinginkan tanpa ada paksaan.

¹³⁶ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

d. Keseimbangan nilai dan harga

Pedagang haruslah menetapkan harga yang sesuai dengan umumnya harga yang berlaku di kalangan pasar. Para pedagang tidak boleh menaikkan atau menurunkan harga secara tidak wajar karena dapat merugikan bagi pedagang lain maupun bagi konsumen. Dan harga yang digunakan oleh pedagang untuk membeli barang sama dengan nilai barang yang diterima oleh konsumen.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Saya sendiri menjual sayuran itu sama mas antara nilai sayuran yang dijual dan harga sayuran yang dijual mas. Saya menjual sayuran yang bagus-bagus mas dan manfaatnya bisa dirasakan oleh konsumen dalam memasak sayur yang segar mas. Harga sayuran yang saya jual itu sama dengan kualitas sayuran mas. Saya tidak pernah membeli sayuran yang nilainya kurang bagus mas dan saya tidak pernah menaikkan harga sayuran mas. Saya menjual sayuran itu harganya sama dengan pasaran mas, karena saya tidak mau mengecewakan konsumen yang membeli sayuran kepada saya mas”.¹³⁷

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Ibu Iis berkata bahwa:

“Saya menjual sayuran ini nilai sayurannya bagus mas dan manfaatnya juga bagus, harga sayuran yang saya jual sama mas dengan nilai sayurannya mas. Sayuran yang saya jual ini bagus karena sayuran ini dari supplier yang datang dari pasar tanjung mas. Jadi saya menjual sayuran ini sama mas antara nilai sayuran yang dijual dengan harga sayuran mas. Harga sayuran yang saya jual tidak beda jauh dengan harga di pasar mas”.¹³⁸

Hal yang serupa juga di jelaskan Ibu Erwin berkata:

“Saya menjual sayuran ini nilainya sama mas dengan harga sayuran yang saya jual mas. Nilai kualitas sayuran yang saya jual ini bagus mas karena saya langsung kolakan dari pasar Rambipuji mas, harga sayuran yang saya jual juga sama mas dengan nilai

¹³⁷ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹³⁸ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

sayuranya mas. Saya selalu memprioritaskan konsumen saya mas, saya takut mengecewakan kalau nilai sayuran yang saya jual ini berbeda dengan harga sayuran yang saya jual mas.”¹³⁹

Hal yang senada juga di jelaskan Bapak Nali berkata:

“Kalau nilai sayuran yang saya jual ini dengan harga sayurannya sama mas. Karena saya kolakan sayuran ini kualitasnya bagus-bagus mas dan manfaatnya juga bagus mas ketika dikonsumsi oleh konsumen mas. Harga sayuran yang saya jual ini sama dengan kualitas sayuran mas dan saya tidak menjual pada harga tinggi untuk kualitas sayuran yang kurang baik mas.”¹⁴⁰

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur di atas dapat difahami bahwa para pedagang sayur tersebut telah menerapkan nilai keadilan dan keberkahan yaitu para pedagang sayur di Desa Petung menjual sayuran yang nilai dan harganya sama. Para pedagang sayur menjual sayuran yang nilainya bagus dan manfaatnya bisa di rasakan oleh konsumen waktu sudah dikonsumsi, karena para pedagang sayur mendapatkan sayuran itu langsung dari pasar dengan kolakan sayuran yang bagus-bagus kualitasnya. Jika antara nilai dan harga sayuran yang dijual oleh pedagang sayur tersebut maka akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung karena tidak ada pihak yang dirugikan, konsumen juga merasa senang dan puas karena sudah membeli sayuran yang nilainya bagus dan harga sayurannya juga sesuai dengan nilai sayuran.

¹³⁹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

¹⁴⁰ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 November 2025.

e. Kesetaraan Perlakuan

Semua konsumen harus diperlakukan secara setara oleh para pedagang supaya terciptanya hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yaitu bagi penjual dan bagi pembeli. Kesetaraan perlakuan kepada konsumen ini sangatlah penting karena dapat mencegah kecemburuan kepada konsumen yang diperlakukan istimewa oleh para pedagang. Dengan tidak adanya perbedaan kesetaraan, maka para konsumen merasa dihargai dan diperlakukan adil.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Dalam menjual sayuran ini mas, saya tidak pernah membedakan konsumen mas, semua konsumen saya perlakukan sama mas pada umumnya. Soal harga sayuran juga sama kepada semua konsumen mas, baik konsumen yang sering berbelanja sayur kepada saya maupun konsumen yang baru berbelanja sayur kepada saya mas. Kualitas sayuran yang saya jual juga sama kepada semua konsumen mas, saya tidak menjual sayuran yang kurang bagus kepada konsumen yang baru beli mas, semua sama saya menjual sayuran yang berkualitas mas karena saya langsung kolakan dari pasar Tanjung mas. Dalam menimbang sayuran, semuanya menggunakan timbangan digital mas sayuran yang dibeli oleh konsumen mas, baik konsumen tetap maupun konsumen yang baru beli sayuran kepada saya mas”.¹⁴¹

Pernyataan ini dikuatkan langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Ibu Zainab tidak membedakan saya dengan konsumen lainnya mas. Sayuran yang Ibu Zainab semuanya bagus. Dan cara menimbang juga sama dengan menggunakan timbangan digital mas”.¹⁴²

Begitu juga penjelasan yang datang dari Ibu Iis berkata:

¹⁴¹ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁴² Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

“Saya menjual sayuran yang berkualitas ini kepada semua konsumen saya mas, saya tidak pernah memberlakukan konsumen itu beda-beda mas. Dalam hal menimbang, saya juga menimbang semua sayuran yang dibeli oleh konsumen itu sama mas, menimbang secara adil pas di tengah-tengah mas. Saya tidak memberatkan timbangan sebelah bagi konsumen yang baru beli kepada saya mas. Dan harga per sayuran juga saya memberlakukan sama kepada semua konsumen yang membeli sayuran kepada saya mas. Saya tidak menaikkan harga sayuran bagi konsumen yang baru beli kepada saya mas. Harga sayuran itu tergantung berat dan banyak nya sayuran”.¹⁴³

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen dari Ibu Iis berkata:

“Harga per sayuran di Buk Iis sama semuanya mas. cara menimbang nya juga sama mas. tidak membedakan konsumen mas”.¹⁴⁴

Hal yang sama juga datang dari penjelasan Ibu Erwin berkata:

“Saya tidak membedakan harga sayuran yang dibeli oleh konsumen mas, semua sayuran itu harganya sama yang dibeli oleh konsumen mas baik itu konsumen yang baru beli sayur kepada saya maupun konsumen yang sudah sering berbelanja sayur kepada saya mas. Dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen semuanya saya perlakukan sama mas, yaitu menimbang sayuran secara adil tidak berat sebelah dengan menggunakan timbangan jadul mas.”.¹⁴⁵

Pernyataan ini di perkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Erwin berkata:

“Ibu Erwin menjual sayuran yang bagus kualitasnya kepada semua konsumen mas. tidak membedakan cara menimbang nya. Harga per sayur juga sama”.¹⁴⁶

Hal yang serupa juga di jelaskan Bapak Nali berkata:

¹⁴³ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

¹⁴⁴ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025

¹⁴⁵ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁴⁶ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

“Harga sayuran yang saya jual ini semuanya sama saya berlakukan kepada konsumen mas, tergantung sayuran apa yang dibeli mas dan berat sayuran serta jumlah sayuran ketika di timbang mas. Ketika menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen itu saya menimbang secara adil tanpa berat sebelah mas. Kualitas sayuran yang saya jual itu berkualitas semuanya mas, karena saya langsung kolakan sayuran di Pasar Bangsalsari mas.”¹⁴⁷

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Halima selaku konsumen Bapak Nali berkata:

“Harga per sayur semuanya sama mas. Bapak Nali tidak membedakan konsumen. Cara menimbangnyanya juga sama”¹⁴⁸

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur di atas telah menerapkan prinsip keadilan dan keberkahan yaitu memberlakukan sama kepada semua konsumen yang membeli sayur, baik itu konsumen yang baru membeli sayur maupun konsumen yang sudah sering membeli sayur. Dalam menimbang sayuran yang dibeli oleh konsumen juga sama cara menimbangnyanya dengan adil tanpa berat sebelah dengan menggunakan timbangan jadul dan ada pedagang yang menimbang sayur dengan menggunakan timbangan digital yang sudah diketahui harga sayuran oleh semua konsumen waktu di timbang. Sayuran yang di jual juga kepada konsumen sama yaitu kualitasnya bagus-bagus karena para pedagang sayur kolakan sayur langsung dari pasar. Harga sayurannya juga sama tergantung sayuran apa yang mau dibeli oleh konsumen. Para pedagang tidak menaikkan harga sayuran bagi

¹⁴⁷ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹⁴⁸ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

konsumen yang baru membeli. Dengan tidak membedakan konsumen dalam membeli sayur dan pelayanan maka akan mendapatkan keberkahan dalam jual beli sayur bagi kedua belah pihak yaitu bagi pedagang sayur dan bagi konsumen yang membeli sayur.

f. Kerelaan dalam membeli

Pemebeli diberikan kebebasan untuk memilih barang yang diinginkan. Pedagang tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya tetapi atas kemauan diri pembeli tanpa ada tekanan dari pihak lain. Pembeli yang diberikan kebebasan dalam memilih barang yang diinginkan maka akan terciptanya rasa senang dan puas bagi pembeli karena tidak ada unsur paksaan dalam membeli barang yang diinginkan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Saya menjual sayuran ini dengan tanpa paksaan kepada konsumen saya untuk membeli sayuran punya saya mas. Semua konsumen yang membeli sayuran kepada saya diberikan kebebasan untuk memilih sayuran yang diinginkan mas. Saya tidak memaksa konsumen untuk membeli sayuran yang tidak diinginkan oleh konsumen saya mas. Saya selalu mengutamakan kemauan konsumen dalam membeli sayuran punya saya mas.”¹⁴⁹

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Saya diberikan kebebasan untuk memilih sayuran yang saya beli. Ibu Zainab Tidak memaksa saya untuk membeli sayuran”.¹⁵⁰

Hal yang sama juga di utarakan oleh Ibu Iis berkata bahwa:

¹⁴⁹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁵⁰ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember 5 Desember 2025.

“Semua konsumen saya memberlakukan sama mas dalam membeli sayuran kepada saya mas. Saya selalu memberitahu kepada konsumen yang berbelanja sayuran kepada saya untuk memilih sendiri sayuran yang di inginkan mas, saya tidak memaksa konsumen yang berbelanja sayuran kepada saya untuk membeli sayuran yang tidak senengi mas, takutnya konsumen saya itu kecewa mas karena tidak membeli sayuran yang diharapkan oleh konsumen saya mas.”.¹⁵¹

Pernyataan ini diperkuat oleh pernyataan dari Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Iis berkata:

“Saya tidak dipaksa untuk membeli sayuran dan saya diberikan kebebasan untuk memilih sayuran yang saya inginkan mas”.¹⁵²

Hal yang serupa juga di jelaskan Ibu Erwin berkata:

“Saya memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih sayuran yang di inginkan mas. Konsumen saya senang mas kalua disuruh meilih sendiri sayuran yang di inginkan oleh saya mas. Saya tidak memaksa konsumen untuk membeli sayuran yang tidak di inginkan mas”.¹⁵³

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Saya diberikan kebebasan oleh Ibu Erwin untuk memilih sayuran yang di inginkan oleh saya mas. Ibu Erwin tidak memaksa saya membeli sayuran”.¹⁵⁴

Hal yang selaras juga di jelaskan Bapak Nali berkata:

“Saya menyuruh memilih sendiri sayuran yang konsumen inginkan mas. Saya tidak memaksa konsumen untuk membeli sayuran yang tidak di inginkan mas karena saya takut konsumen tidak mau berbelanja sayuran kepada saya mas. Konsumen juga puas mas terhadap sayuran yang di inginkan mas karena memilih sendiri sayuran yang ingin dibeli”.¹⁵⁵

¹⁵¹ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁵² diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

¹⁵³ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁵⁴ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹⁵⁵ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Halima selaku konsumen Bapak Nali berkata:

“Saya disuruh memilih sayuran yang saya ingin beli mas. Saya tidak dipaksa untuk membeli sayuran mas”.¹⁵⁶

Menurut peneliti keempat pedagang sayur di atas sudah mengimplementasikan nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung karena tidak ada satupun para pedagang sayur tersebut yang memaksa konsumen nya untuk membeli sayuran yang tidak di inginkan. Para pedagang sayur memberikan kebebasan kepada setiap konsumen yang mau membeli sayuran yang di inginkan. Dengan tidak adanya satu pedagang sayur yang memaksa kepada konsumen untuk membeli sayurannya maka terciptanya nilai keadilan yaitu saling menguntungkan. Jika sudah saling menguntungkan dan tidak ada paksaan dalam jual beli sayur maka terciptanya keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung. Keberkahan bisa berupa bertambahnya manfaat sayuran yang dibeli oleh konsumen dan bertambahnya manfaat pula keuntungan dari jual sayur bagi pedagang sayur di Desa Petung.

g. Barang yang halal dan berkualitas

Produk yang perjual belikan merupakan barang yang diperoleh dengan cara yang halal. Dan barang dagangan yang dijual dalam keadaan kualitas yang baik, sehingga tidak dapat merugikan pihak pembeli. Para pedagang dalam menjual barang yang halal akan

¹⁵⁶ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

mendatangkan berkah bagi kedua belah pihak dalam melakukan transaksi jual beli yaitu keuntungan keberkahan bagi pedagang dan bertambahnya kemanfaatan barang yang dibeli oleh pembeli.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Sayuran yang saya jual ini halal dan berkualitas mas karena saya membeli secara langsung di pasar tanjung mas. Saya berangkat dari rumah ke pasar Tanjung itu jam 07.00 wib mas untuk kolakan sayuran. Saya tidak asal kolakan sayuran mas, saya memilih dulu sayuran yang segar-segar dan berkualitas mas.”¹⁵⁷

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Sayuran yang Ibu Zainab jual bagus kualitasnya mas. Karena saya tau sendiri Ibu Zainab kolakan di Pasar Tanjung mas”¹⁵⁸

Hal yang sama juga datang dari penjelasan Ibu Iis berkata:

“Saya kolakan sayuran ini dari supplier mas. Suplier ini datang dari pasar tanjung dengan membawa sayuran yang berkualitas mas karena di pasar tanjung itu tempatnya sayuran mas, dan supplier saya juga memastikan bahwa sayuran yang ia bawa halal dan berkualitas mas. Jadi saya hanya menunggu pada waktu shubuh supplier datang dengan membawa sayuran mas.”¹⁵⁹

Pernyataan ini di perkuat langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Iis berkata”.

“Sayuran punya Ibu Iis bagus kualitasnya mas. Beliau kolakan sayur dari supplier sayur yang datang dari pasar Tanjung”¹⁶⁰

Hal yang serupa juga di jelaskan Ibu Erwin berkata:

“Saya menjual sayuran ini halal dan berkualitas mas, karena saya langsung kolakan sayuran ini di pasar Rambipuji mas. Saya memilih dulu sayuran yang bagus-bagus dan berkualitas di pasar

¹⁵⁷ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁵⁸ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹⁵⁹ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

¹⁶⁰ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

Rambipuji mas setelah saya memilih sayuran yang bagus dan berkualitas baru saya membayar sayuran yang saya beli ini mas.”.¹⁶¹

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Sayuran yang Ibu Erwin jual bagus semua kualitasnya mas. Karena langsung kolakan di pasar Rambipuji mas”.¹⁶²

Hal yang selaras juga di jelaskan Bapak Nali berkata:

“Saya menjual sayuran ini halal dan segar-segar masih mas, karena saya pergi langsung ke pasar Bangsalsari untuk kolakan sayuran yang segar-segar dan berkualitas mas. Saya tidak langsung membeli sayuran mas, saya memilih terlebih dahulu sayuran yang akan saya beli mas,”.¹⁶³

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Halima berkata:

“Sayuran yang di jual oleh Bapak Nali bagus kualitasnya mas. Karena Bapak Nali kolakan di pasar Bangsalsari mas”.¹⁶⁴

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur di atas bahwa telah menerapkan prinsip keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung yaitu sayuran yang mereka jual dalam keadaan halal dan berkualitas. Mereka kolakan sayuran langsung pergi ke pasar untuk membeli sayuran yang berkualitas, ada yang kolakan ke pasar Tanjung, ada yang menggunakan supplier sayur yang datang dari pasar Tanjung, ada yang kolakan sayuran di pasar Rambipuji, dan ada yang kolakan sayur di pasar Bangsalsari. Para pedagang sayur tersebut tidak langsung kolakan

¹⁶¹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

¹⁶² Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹⁶³ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025

¹⁶⁴ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

sayur namun mereka memilih sayuran yang berkualitas terlebih dahulu. Uang yang para pedagang sayur gunakan untuk kolakan sayur di dapat dari keuntungan hasil penjualan sayur. dengan hal tersebut maka para pedagang sayur yang berjualan di Desa Petung telah menerapkan keberkahan dalam jual beli sayur. Keberkahan dalam jual beli sayur ini bisa berupa bertambahnya manfaat sayur dan manfaatnya keuntungan dari hasil penjualan sayur.

3. Penguatan Nilai Keadilan Dan Keberkahan Melalui Inovas Penjualan Sayur Di Era Digital Di Desa Petung Kabupaten Jember.

Inovasi penjualan sayur di era digital ini harus dilandasi dan dikuatkan dengan nilai-nilai keadilan dan keberkahan. Tujuan akhir dari penjualan sayur di era digital ini yaitu mencari keberkahan dengan menerapkan nilai-nilai keadilan seperti kejujuran digitalisasi diri dan produk, transparansi pemesanan online, kesetaraan sistem pengantaran, barang yang halal dan berkualitas pada kemasan dan bundling produk, saling menguntungkan kolaborasi dengan petani dan supplier, dan saling ridha pada sistem pembayaran. Penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung yaitu yaitu:

a. Kejujuran Digitalisasi Diri dan Produk

Melakukan digitalisasi diri dan penjualan produk melalui media sosial dengan jujur sangat penting karena dapat meningkatkan nilai strategis yang penting dengan membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan untuk jangka waktu yang lama. Pedagang harus jujur

dalam digitalisasi diri mereka dengan menampilkan identitas profesional dan tepat sebagai pedagang di platform media sosial. Dalam digitalisasi produk, pedagang harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi lengkap tentang barang yang dijual di platform media sosial. Produk yang dijual harus sama dengan foto atau video asli yang ditampilkan di media sosial.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Zainab sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata bahwa berkata:

“Saya hanya jualan sayuran ini dengan menggunakan wa saja mas untuk menambah hasil pendapatan jualan sayuran saya mas. Saya menggunakan Wa nya anak saya untuk jualan mas, kebetulan anak saya lagi mondok, jadi saya pakai aja hp nya anak saya mas. Saya memberitahu kepada konsumen saya mas bahwa wa yang saya gunakan untuk jualan sayuran ini punya anak saya mas.”.¹⁶⁵

Pernyataan ini memperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Ibu Zainab hanya menggunakan WhtsApp saja dalam menjual sayurannya mas. Saya memesan dengan WhatsApp kalau membeli sayuran”.¹⁶⁶

Hal yang senada juga datang dari penjelasan Ibu Iis sebagai pedagang sayur di desa petung berkata:

“Saya jualan di pinggir jalan raya mas sambil jualan menggunakan pemesanan WhatsApp saja kalau ada konsumen yang mau membeli sayuran lewat WhatsApp mas. Saya menggunakan WhatsApp nya saya sendiri mas dalam jualan sayuran ini. Konsumen yang membeli lewat wa ini memudahkan saya untuk menjelaskan sayuran yang bagus-bagus mas, dengan langsung mengirim gambar sayuran yang di inginkan oleh konsumen saya mas.”.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁶⁶ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹⁶⁷ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia berkata:

“Ibu Iis hanya menggunakan WhatsApp saja dalam menjual sayurannya mas”.¹⁶⁸

Begitu juga penjelasan yang sama datang dari Ibu Erwin sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata:

“Saya jualan sayuran ini hanya melalui wa nya anak saya mas karena saya tidak tahu cara menggunakan hp mas. Saya jaulam sayur ini di pinggir pasar Petung mas dan dibantu anak saya dengan jualan menggunakan pemesana lewat WhatsApp mas. Kebanyakan tetangga sekitar rumah saya yang membeli melewati WhatsApp mas.”.¹⁶⁹

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Ibu Erwin hanya menggunakan WhatsApp saja dalam menjual sayurannya mas”.¹⁷⁰

Begitu pula penjelasan yang sama dari Bapak Nali sebagai pedagang sayur di Desa Petung berkata:

“Saya jualan sayuran keliling dari rumah ke rumah warga mas, saya juga jualan lewat pemesanan WhatsApp mas. WhatsApp yang saya gunakan untuk jualan sayuran ini wa nya saya sendiri mas. saya langsung mengirim foto sayuran kalau ada Konsumen yang memesan sayuran lewat WhatsApp mas.”.¹⁷¹

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Halima berkata:

“Bapak Nali menjual sayuran hanya dengan menggunakan WhatsApp saja mas”.¹⁷²

¹⁶⁸ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹⁶⁹ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁷⁰ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹⁷¹ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹⁷² Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

Menurut peneliti, keempat pedagang sayur tersebut telah berbuat jujur dalam digitalisasi diri dan menampilkan produk sayuran yang sesuai. Para pedagang sayur tersebut hanya menggunakan platform media sosial dari WhatsApp saja karena mereka tidak faham tentang penjualan melalui platform media sosial lainnya seperti tiktok, Instagram dan lain sebagainya. Para pedagang sayur tersebut memberitahu kepada konsumen bahwa wa yang mereka gunakan untuk jualan sayur adalah wa nya mereka sendiri dan ada yang menggunakan wa anaknya sendiri. Para pedagang sayur mengirim foto sayuran kepada konsumen dengan jelas. Sayuran yang di anter oleh pedagang sayur ke rumah konsumen juga sama dalam artian tidak ada yang berbeda waktu foto sayuran yang dikirim di WhatsApp. Kejujuran para pedagang sayur di Desa Petung terhadap penggunaan media sosial yang digunakan untuk jualan sayuran melewati WhatsApp dan produk sayuran yang di tampilkan dengan cara mengirim gambar sayuran ke Wa nya konsumen dapat saling menguntungkan bagi pedagang sayur dan konsumen serta dapat mendatangkan keberkahan dalam jual beli sayuran di Desa Petung karena tidak ada unsur penipuan.

b. Transparansi Pemesanan Online

Pedagang harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang jujur dan jelas tentang setiap transaksi, mulai dari harga, kualitas produk, dan pengiriman barang, yang dikenal sebagai transparansi pemesanan online. Ini penting karena dapat membangun

kepercayaan pelanggan dan menghindari rumor penipuan tentang produk yang muncul di media sosial

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Konsumen yang membeli sayuran kepada saya melalui dengan memesan lewat WhatsApp selalu saya menjelaskan tentang kualitas sayuran yang saya jual mas, saya selalu mengirim gambar sayuran kepada konsumen agar memudahkan konsumen untuk memilih sayuran yang di inginkan mas. Terkadang saya langsung melakukan video call dengan konsumen mas, jadinya enak kalau waktu sayurannya di timbang tinggal saya memperlihatkan kepada konsumen dengan melalui video call tadi mas. Kalau sudah di timbang baru saya menyuruh anak saya untuk mengantarkan sayuran ke rumah konsumen mas”.¹⁷³

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Ibu Zainab mengirim gambar sayuran atau melakukan video call dengan saya Ketika memesan lewat WhatsApp mas”.¹⁷⁴

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Iis berkata:

“Saya menjual sayuran melalui pemesanan di WhatsApp itu dengan mengirimkan gambar sayuran yang di inginkan oleh konsumen saya mas. Saya selalu menjelaskan sayuran yang saya jual itu segar-segar dan berkualitas kepada konsumen mas. Saya memberi kebebasan kepada konsumen untuk membeli sayuran yang di inginkan mas, konsumen yang sudah memilih sayuran yang di inginkan langsung di timbang oleh saya mas, dalam menimbang ini saya melakukan video call mas agar konsumen senang karena sayuran yang dibeli itu di timbang dengan adil mas, setelah tidak berat sebelah dalam menimbang sayuran baru setelah itu saya langsung mengirim sendiri sayuran yang dibeli ke rumah konsumen mas”.¹⁷⁵

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

¹⁷³ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁷⁴ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

¹⁷⁵ Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

“Ibu Iis melakukan video call ketika saya memesan sayuran lewat WhatsApp mas”.¹⁷⁶

Hal yang serupa juga datang dari penjelasan Ibu Erwin berkata:

“Kalau konsumen memesan sayuran melewati WhatsApp itu anak saya selalu bilang ke saya mas, karena saya dibantu anak saya dalam menjual sayuran secara online lewat WhatsApp ini mas. Anak saya mengirimkan gambar sayuran yang di inginkan oleh konsumen melalui WhatsApp tadi mas. Setelah konsumen membeli sayuran baru saya menimbang sayuran mas, setelah itu saya menyuruh anak saya untuk mengantarkan sayuran yang di beli ke rumah konsumen mas”.¹⁷⁷

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Saya dividio call oleh anaknya Ibu Erwin ketika memesan sayuran lewat WhatsApp mas”.

Hal yang selaras juga datang dari penjelasan Bapak Nali berkata:

“Saya selalu menjelaskan sayuran yang saya jual itu bagus-bagus kepada konsumen yang membeli lewat WhatsApp mas. Saya mengirim gambar sayuran yang beli oleh konsumen mas agar konsumen mengetahui sayuran yang dibelinya mas. Konsumen yang sudah memilih sayuran yang dibeli langsung saya timbang sayurannya mas, setelah tidak berat sebelah baru saya langsung mengantar sendiri ke rumah konsumen mas. Dalam menimbang juga saya melakukan video call kepada konsumen mas agar konsumen juga tahu sayurannya yang di timbang itu pas di tengah-tengah mas”.¹⁷⁸

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Halima selaku konsumen Bapak Nali berkata:

“Bapak Nali melakukan video call dengan saya mas Ketika memesan sayuran lewat WhatsApp mas”.¹⁷⁹

¹⁷⁶ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹⁷⁷ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁷⁸ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

¹⁷⁹ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

Menurut peneliti, dari keempat pedagang sayur tersebut telah menerapkan transparansi dalam jual beli sayur. Pedagang sayur tersebut menjelaskan kepada konsumen yang membeli sayuran dengan memesan lewat WhatsApp bahwa sayuran yang pedagang sayur jual itu dalam keadaan segar-segar dan berkualitas. Para pedagang sayur di Desa Petung mengirimkan foto gambar sayuran yang di inginkan oleh konsumen agar konsumen mengetahui kualitas sayuran yang di beli. Setelah selesai memilih sayuran yang di inginkan, para pedagang sayur menimbang sayuran yang di beli oleh konsumen dengan adil dalam artian tidak berat sebelah. Para pedagang sayur dalam menimbang dan menjelaskan kualitas sayuran yang dibeli dengan melakukan video call kepada konsumen, agar konsumen juga mengetahui sayuran yang dibeli berkualitas dan di timbang dengan secara adil. Dengan mengirimkan gambar sayuran dan melakukan video call para pedagang sayur tersebut telah melakukan jual beli secara transparan dalam pemesanan online.

c. Kesetaraan Sistem Pengantaran

Kesetaraan pengantaran suatu produk yang dibeli oleh konsumen haruslah sama cara pemerlakuan barang yang di anter oleh pedagang. Para pedagang tidak boleh membedakan cara pengantaran kepada konsumen, baik itu konsumen yang baru maupun konsumen yang sering membeli kepada pedagang. Dengan tidak membeda-bedakan konsumen maka terciptanya keadilan dan keberkahan bagi kedua belah pihak yaitu bagi pedagang dan bagi pembeli.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Zainab berkata:

“Saya tidak pernah membedakan konsumen ketika membeli sayuran kepada saya mas. Saya selalu melayani semua konsumen sama mas, mulai dari memberikan informasi tentang sayuran yang saya jual mas, sayuran yang di timbang juga di timbang dengan adil, dan harga sayuran yang dibeli oleh konsumen sama mas tergantung jenis sayuran yang di beli oleh konsumen mas. Dalam pengantaran sayuran yang di pesan melalui WhatsApp ini sama cara pengantarannya kepada semua konsumen mas, saya menyuruh anak saya dalam mengantarkan pesanan sayur ke rumah konsumen mas, anak saya langsung mengantarkan sampai di depan rumah konsumen mas dengan tidak ada biaya pengantaran kepada semua konsumen mas”.¹⁸⁰

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rokayya selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Anaknya Ibu Zainab yang mengantarkan sayuran yang saya pesan lewat WhatsApp mas, terkadang Ibu Zainab sendiri yang mengantarkan”.¹⁸¹

Hal yang sama juga datang dari penjelasan Ibu Iis berkata:

“Konsumen yang membeli sayuran kepada saya semuanya saya perlakukan sama mas, saya tidak pernah membedakan konsumen mas. Ketika sudah di timbang langsung saya anter sendiri sayuran yang di pesan oleh konsumen mas, saya tidak pernah membedakan dalam pengantaran sayuran yang di pesan oleh konsumen, langsung saya anter ke depan rumah konsumen mas, biaya pengantaran sayuran ini gratis kepada semua konsumen saya mas”.¹⁸²

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Lutfia selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Ibu Iis sendiri yang mengantarkan sayuran secara langsung kepada saya tanpa biaya tambahan mas”.¹⁸³

¹⁸⁰ Zainab, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 4 Desember 2025.

¹⁸¹ Rokayya, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹⁸² Iis, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁸³ Lutfia, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

Hal yang serupa juga datang dari penjelasan Ibu Erwin berkata:

“Saya tidak membedakan konsumen yang membeli sayuran kepada saya mas, saya memberikan kepada semua konsumen untuk memilih sayuran yang ingin dibelinya mas. Pengantarn sayuran yang di pesan oleh konsumen sama mas, saya menyuruh anak saya untuk mengantar sayuran yang di pesan lewat wa mas, anak saya langsung mengantar sayuran ke rumah konsumen dengan gratis biaya pengantarannya mas”.¹⁸⁴

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Rahayu selaku konsumen Ibu Zainab berkata:

“Anaknya Ibu Erwin yang mengantarkan sayuran yang saya pesan lewat WhatsApp tanpa biaya tambahan mas”.¹⁸⁵

Hal yang selaras juga datang dari penjelasan Bapak Nali berkata:

“Saya tidak membedakan semua konsumen saya mas, baik itu yang sudah sering membeli sayuran kepada saya maupun yang baru beli sayuran kepada saya mas. Sayuran yang saya jual kepada konsumen semuanya segar-segar dan berkualitas mas. Sayuran yang di pesan lewat WhatsApp oleh konsumen langsung saya antar sendiri ke depan rumah konsumen mas, semuanya konsumen yang membeli lewat wa langsung saya antar sendiri sayurannya ke depan rumah konsumen mas tanpa biaya ongkir mas”.¹⁸⁶

Pernyataan ini diperkuat langsung oleh pernyataan Ibu Halima selaku pedagang sayur di Desa Petung berkata:

“Bapak Nali sendiri yang mengantarkan langsung sayuran yang saya pesan lewat WhatsApp tanpa biaya tambahan mas”.¹⁸⁷

Menurut peneliti keempat pedagang sayur yang berjualan sayur di Desa Petung tersebut telah menerapkan penguatan keadilan dan

¹⁸⁴ Erwin, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 25 November 2025.

¹⁸⁵ Rahayu, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 26 November 2025.

¹⁸⁶ Nali, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 5 Desember 2025.

¹⁸⁷ Halima, diwawancarai oleh Mohammad Rizal, Jember, 6 Desember 2025.

keberkahan dalam jual beli sayur yaitu para pedagang sayur tersebut memerlukan sama semuanya para konsumen yang membeli sayuran. Para pedagang sayur tersebut juga tidak membedakan dalam pengantaran sayur yang di pesan lewat WhatsApp, para pedagang sayur tersebut mengantar sayuran secara langsung ke rumah konsumen dengan gratis ongkir dalam artian tidak ada biaya tambahan dalam pengantaran sayur ke rumah konsumen baik itu konsumen yang sudah sering membeli ke pedagang sayur maupun konsumen yang baru membeli sayur ke pedagang sayur tersebut. Dengan tidak membedakan konsumen dalam pengantaran sayur maka akan terciptanya hubungan yang baik kepada konsumen dan terciptanya keadilan kepada semua konsumen. Jika sudah adil dalam pengantaran sayur maka akan mendapatkan keberkahan dalam melakukan transaksi jual beli sayur. Dengan mendapatkan keberkahan akan mendatangkan kebaikan bagi pedagang sayur di Desa Petung dan bagi konsumen.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini, sebagaimana hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi, serta analisis data yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti akan membahas hasil temuan tentang 1) Inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember, 2) Implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember, 3) Penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.

1. Inovasi Penjualan Sayur Yang Dilakukan Para Pedagang Di Era Digital Di Desa Petung Kabupaten Jember.

Inovasi penjualan sayur di era digital ini merupakan langkah strategis untuk meningkatkan hasil penjualan dan keberlangsungan usaha. Teori yang dijelaskan oleh Yayan Hendayana dan Achmad Fauzi bahwas Inovasi adalah proses menciptakan dan menerapkan konsep baru yang menghasilkan nilai.¹⁸⁸ Dan teori yang dikemukakan oleh Miguna Astuti yaitu Penjualan digital memungkinkan pelanggan berkomunikasi secara langsung dengan mereka di mana saja dan kapan saja melalui perantara media sosial.¹⁸⁹ Dalam inovasi penjuaaaln di era digital ini terdapat langkah-langkah penjualan yang di lakukan oleh pedagang sayur di Desa Petung sebagai berikut ini:

a. Digitalisasi Diri dan Produk

Pedagang menggunakan platform media sosial untuk membuat akun penjualan di media sosial, seperti WhatsApp, untuk memulai penjualan di era digital. Setelah membuat akun di media sosial, pedagang harus menggunakan akun media sosial mereka untuk menampilkan produk yang dijual. Tujuannya adalah untuk membuat pelanggan lebih mudah membeli sayuran.

Menurut peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung telah melakukan langkah awal penjualan sayur di era digital yaitu pedagang

¹⁸⁸ Yayan Hendayana

¹⁸⁹ Miguna Astuti

sayur tersebut membuat akun WhatsApp untuk melakukan penjualan sayur dengan cara konsumen memesan sayuran lewat WhatsApp. Para pedagang sayur membuat stori tentang sayuran yang mereka jual, sehingga memudahkan bagi konsumen mengetahui sayuran yang mereka inginkan itu ada atau tidaknya. Meskipun para pedagang sayur hanya menggunakan satu media saja dalam penjualan sayur, mereka telah memudahkan konsumen dalam memesan sayur dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dari sebelumnya berjualan secara tradisional. Sehingga pendapatan pedagang sayur tersebut juga bertambah.

b. Pemesanan Online

Dalam penjualan pemesanan online memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memesan suatu produk yang di inginkan. Para konsumen hanya memesan produk di salah satu platform media sosial yang di gunakan oleh pedagang. Produk yang di beli oleh konsumen akan di antar secara langsung oleh pedagang ke tempat konsumen berada.

Menurut peneliti, temuan yang ada di lapangan bahwa para pedagang sayur di Desa Petung tersebut menjual sayuran dengan memberikan kemudahan bagi konsumen yaitu para konsumen di Desa Petung hanya perlu memesan sayuran melalui media sosial WhatsApp. Dengan pemesanan sayuran melalui WhatsApp para konsumen tidak perlu secara langsung datang ke tempat pedagang sayur, namun hanya

cukup memesan lewat WhatsApp dan sayuran yang di pesan oleh konsumen akan di antarkan secara langsung oleh pedagang sayur tersebut.

c. Pengembangan Sistem Pengantaran

Layanan pengantaran suatu produk yang di pesan oleh konsumen melalui salah satu platform media sosial yang di gunakan oleh pedagang untuk menjual suatu produknya merupakan suatu inovasi yang dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk pedagang melalui pemesanan media sosial.

Menurut temuan peneliti, temuan dari hasil lapangan bahwa para pedagang sayur hanya menjual sayurannya melalui pemesanan di WhatsApp. Sayuran yang di beli oleh konsumen tersebut akan di antarkan secara langsung oleh pedagang sayur dan ada pedagang sayur yang menyuruh anaknya untuk mengantarkan sayuran yang di pesan oleh konsumen tanpa ada biaya tambahan. Pengantaran sayuran secara gratis ongkir ini ini menjadi penting bagi pedagang sayur agar konsumen puas dan dapat menjadi pelanggan tetap.

d. Sitem Pembayaran

Dalam melakukan pembayaran suatu produk dapat menggunakan pembayaran secara digital yaitu menggunakan qris dan melakukan pembayaran secara tunai. Sistem pembayaran harus disepakati oleh penjual dan pembeli.

Menurut peneliti, temuan yang ada di lapangan bahwa para pedagang sayur di Desa Petung tidak menerapkan pembayaran secara digital. Para pedagang sayur tersebut hanya menerima pembayaran secara tunai. Hal ini disebabkan karena pedagang sayur tersebut tidak faham cara transaksi pembayaran secara digital dan sayuran yang di beli oleh konsumen harganya sedikit. Meskipun tidak menerapkan pembayaran secara digital, para pedagang sayur lebih dimudahkan pembayaran secara tunai karena dapat digunakan untuk kolakan sayuran yang akan di jual pada hari esoknya.

e. Inovasi Kemasan dan Bundling Produk

Inovasi kemasan sangatlah penting dalam penjualan. Inovasi kemasan yang baik dan rapi dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya. Begitu juga dengan bundling produk sangatlah penting karena menggabungkan suatu produk dalam satu kemasan sehingga konsumen lebih mudah untuk membeli produk yang di inginkan.

Menurut temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung dalam mengemas sayuran yang dibeli oleh konsumen dengan menggunakan wadah plastik pada umumnya yang digunakan. Wadah plastik tersebut kurang menarik untuk digunakan mengemas sayuran yang dibeli konsumen. Para konsumen tersebut menjual sayuran dengan menggabungkan juga paket sayuran dalam satu kemasan. Dengan

menggabungkan paket sayuran dalam satu kemasan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli sayuran yang di inginkan.

f. Konten Edukatif dan Promotif

Untuk penjualan di era digital saat ini, mempromosikan produk melalui konten edukatif sangat membantu karena memungkinkan pelanggan melihat produk yang diinginkan dan menarik perhatian pelanggan, yang menghasilkan peningkatan volume penjualan.

Menurut temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung tidak menggunakan konten edukatif, tetapi hanya menggunakan promosi lewat story WhatsApp. Meskipun hanya menggunakan promosi melewati story WhatsApp dapat memudahkan konsumen untuk membeli sayuran yang di inginkan, karena konsumen dapat mengetahui sayuran yang di inginkan untuk dimasak ada atau tidaknya. Sehingga menurut peneliti promosi lewat story WhatsApp tersebut sangatlah efektif.

g. Kolaborasi Dengan Petani dan Suplier

Kolaborasi dengan petani dan supplier merupakan hal yang sangat penting kesedian suatu produk tetap ada sehingga konsumen yang membeli mendapatkan yang di beli. Bekerja sama dengan petani dan supplier dapat menghemat waktu tanpa harus membeli produk ke pasar untuk menjualnya.

Menurut temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung tersebut hanya satu pedagang saja yang bekerja sama dengan supplier

sayur. dengan bekerja sama dengan supplier pedagang sayur tersebut dapat menjaga stok sayuran yang ingin di jual kepada konsumen dan dapat menghemat waktu karena tidak perlu secara langsung pergi ke pasar untuk membeli sayuran. Sedangkan tiga pedagang sayur yang lainnya langsung kolakan sayur ke pasar. Meskipun tidak bekerja sama dengan supplier, ketiga pedagang sayur tersebut dapat memilih sayuran segar-segar yang ingin dibeli di pasar.

h. Peningkatan Customer Experience

Dalam hal ini pedagang harus menjual produk yang bagus kepada konsumen di platform media sosial dan memberikan bonus kecil agar konsumen yang membeli puas dan dapat berbelanja lagi pada kemudian hari. Cara ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja di platform media sosial.

Temuan peneliti yang ada di lapangan bahwa para pedagang sayur di Desa Petung menjual sayuran yang bagus-bagus dan segar yang di dapat langsung dari supplier dan membeli secara langsung di pasar. Para pedagang sayur juga memberikan bonus kepada konsumen yang membeli sayuran seperti bonus cabai dan bawang pring. Dengan cara ini dapat meningkatkan hubungan yang baik sehingga konsumen dapat menjadi pelanggan tetap bagi pedagang sayur di Desa Petung.

Kesimpulan temuan menurut peneliti, bahwa para pedagang sayur di Desa Petung telah menerapkan langkah-langkah inovasi penjualan sayur di era digital yaitu para pedagang sayur membuat akun

media sosial berupa WhatsApp, menyediakan pemesanan lewat Wa, menyediakan pengantarn secara gratis ongkir ke rumah konsumen, pembayaran secara tunai yang memudahkan konsaumen, menyiapkan bundling sayuran, membuat story sayuran lewat WhatsApp dalam kurang sekitar 24 jam, bekerja sama dengan supplier sayur, dan menyiapkan bonus kecil-kecilan seperti bonus cabai dan bawang pring. Dengan menerapkan langkah-langakh penjualn sayur di era digital tersebut dapat memudahkan konsumen sendiri sehingga konsumen merasa puas dan kembali untuk membeli lagi memesan lewat wa karena tidak dikenakan biaya tambahan atau biaya ongkir dalam pengantaran sayuran yang di pesan oleh konsumen sehingga konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan tetap. Dan demikian hal itulah yang menjadi kunci dari keberlangsungan tujuan penjualan sayur yang dilakukan oleh para pedagang sayur di Desa Petung.

2. Implementasi Nilai Keadilan dan Keberkahan Dalam Jual Beli Sayur Di Desa Petung Kabupaten Jember.

Teori yang dikemukakan oleh Susminingsih yaitu keadilan dalam jual beli berarti pedagang harus bertindak adil sehingga tidak merugikan pihak lain. Ini berarti menerapkan prinsip-prinsip keadilan dan keberkahan, seperti kejujuran, transparansi, saling menguntungkan, keseimbangan harga dan nilai, kesetaraan perlakuan kepada konsumen, kerelaan untuk membeli, dan barang yang berkualitas dan halal.¹⁹⁰

¹⁹⁰ Susminingsih, 18.

a. Kejujuran

Prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli yang pertama yaitu kejujuran. Kejujuran merupakan langkah awal bagi pedagang untuk menjual dagangannya secara jujur tanpa menutup-nutupi sesuatu yang kurang dari barang dagangannya dan tanpa berbohong terhadap kualitas barang yang di jual.

Menurut temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung sudah menerapkan prinsip keadilan dan kebekahan yaitu mereka jujur dalam menjual sayurannya. Para pedagang sayur tersebut memberitahu kepada konsumen mengenai sayuran yang dijual itu dalam keadaan bagus. Para pedagang sayur juga menjelaskan kepada konsumen bahwa mereka kolakan sayuran langsung ke pasar untuk memilih sayuran yang bagus-bagus dan ada yang kolakan sayuran dari supplier sayur. Dengan demikian para pedagang sayur menjual sayurannya tidak merugikan konsumen, sehingga konsumen merasa senang untuk berbelanja kembali.

b. Transparansi

Prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli yang kedua yaitu transparansi. Transparansi disini harus jelas mengenai harga barang dagangan yang dijual oleh pedagang. Para pedagang harus transparan dalam menimbang barang dagang yang dibeli oleh konsumen dan memberitahu harga barang dagang yang sudah di timbang dengan jujur.

Menurut temuan peneliti, para pedagang sayur telah transparan dalam menimbang barang dagangan yang dibeli oleh konsumen. Para pedagang sayur tersebut menimbang sayuran secara langsung di depan konsumen dengan menggunakan timbangan digital yang sudah diketahui harga barang yang di timbang dan menggunakan timbangan jadul pas di tengah-tengah Ketika menimbang serta memberitahu harga barang yang sudah di timbang sehingga konsumen merasa puas dan berbelanja kembali karena para pedagang sayur menimbang secara adil

c. Saling Menguntungkan

Jual beli dalam syariat islam harus mengutamakan prinsip keadilan dan keberkahan. Saling menguntungkan dalam jual beli merupakan nomer tiga dari prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli. Dengan saling menguntungkan dapat membangun hubungan yang baik antara pedagang dan konsumen.

Temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung menjual sayur dengan secara jujur menjelaskan kualitas sayuran yang di jual dan menimbang sayuran secara langsung di depan konsumen serta menjelaskan harga sayuran yang telah di timbang. Para pedagang sayur juga tidak memaksa konsumen membeli sayuran, akan tetapi para pedagang sayur memberikan kebebasan kepada konsumen untuk membeli sayuran yang dibutuhkan. Dengan demikian antara pedagang sayur dan konsumen terciptanya hubungan saling menguntungkan.

d. Keseimbangan Nilai dan Harga

Keseimbangan nilai dan harga dalam jual beli merupakan prinsip keadilan dan keberkahan yang berada di nomor empat. Pedagang haruslah adil dalam mengambil keuntungan barang dagangan yang di jual dan konsumen mendapatkan barang yang dibeli bermanfaat bagi dirinya.

Temuan peneliti, para pedagang sayur menjual sayuran yang berkualitas dan bermanfaat bagi konsumen. Para pedagang sayur juga mengambil keuntungan yang wajar sesuai harga pasaran dan konsumen membeli sayuran yang di jual oleh para pedagang sayur sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh konsumen. Dengan demikian para pedagang sayur telah menerapkan prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli sesuai syariat islam.

e. Kesetaraan Perlakuan

Kesetaraan perlakuan merupakan prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli. Pedagang yang tidak memberlakukan sama di antara konsumen dapat menimbulkan kecemburuan sosial. Oleh karena itu pedagang harus memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen tanpa membeda-bedakan agar terciptanya hubungan yang baik antara pedagang dan konsumen.

Temuan peneliti bahwa para pedagang sayur di Desa Petung dalam menjual sayurannya harganya sama kepada semua konsumen. Pedagang sayur tersebut tidak membeda-bedakan kepada konsumen,

baik konsumen yang sering berbelanja sayur maupun konsumen yang baru berbelanja sayur. dan cara menimbang sayur sama kepada semua konsumen yaitu dengan menimbang secara langsung di depan konsumen yang membeli sayur. Dengan tidak membedakan konsumen dapat tercipta hubungan yang baik kepada semua konsumen.

f. Kerelaan Dalam Membeli

Tidak ada paksaan atau kerelaan dalam membeli merupakan prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli sesuai syariat islam. Pedagang dalam menjual sayur tidak boleh memaksa kepada konsumen untuk membeli barang dagangannya. Konsumen haruslah diberikan kebebasan untuk memilih barang yang di inginkan tanpa adanya unsur paksaan.

Temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung menjual sayurannya dengan ikhlas kepada semua konsumen. Para pedagang sayur tidak memaksa konsumen untuk memilih sayurannya. Para pedagang sayur juga memberikan kebebasan kepada semua konsumen untuk memilih sayuran yang di inginkan. Dengan konsumen diberikan kebebasan dalam memilih sayuran yang di inginkan oleh pedagang sayur akan dapat memberikan rasa kenyamanan dalam membeli sayuran yang di inginkan oleh konsumen.

g. Barang Yang Halal dan Berkualitas

Prinsip Keadilan dan keberkahan dalam jual beli yang terakhir yaitu menjual barang yang halal dan berkualitas. Pedagang diharuskan

dalam menjual barang dagangannya yang halal dan berkualitas, supaya tidak merugikan pihak konsumen.

Temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung semuanya menjual sayuran yang halal dan berkualitas. Para pedagang sayur tersebut tidak menjual sayuran yang tidak berkualitas karena mereka mendapatkan sayuran secara langsung dari pasar dengan memilih sayuran yang bagus-bagus kualitasnya dan mendapatkan sayuran dari supplier sayur, sehingga sayuran yang mereka jual dalam keadaan halal dan berkualitas.

Kesimpulan temuan peneliti bahwa para pedagang sayur di Desa Petung telah menerapkan prinsip-prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur yaitu mulai dari kejujuran dalam menjual sayur yang berkualitas, transparan dalam menimbang sayur, keseimbangan antara nilai sayur dan harga sayur, melayani semua konsumen dengan setara tanpa membedakan, tidak memaksa konsumen untuk membeli sayuran dengan artian diberikan kebebasan bagi konsumen untuk memilih sayuran, dan menjual sayuran yang halal serta berkualitas. Oleh karena itu pedagang sayur di Desa Petung telah benar-benar menjual sayuran sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan keberkahan dalam jual beli sesuai syariat islam.

Menurut peneliti, konsumen yang membeli sayuran kepada para pedagang sayur di Desa Petung merasa puas dan senang karena para pedagang sayur menerapkan nilai keadilan dan keberkahan dalam jualan

sayurannya yaitu memberlakukan konsumen dengan adil ketika membeli sayuran, transparan dalam menimbang sayuran, tidak memaksa konsumen untuk membeli sayuran, mengambil keuntungan yang wajar dan saling ridha atas harga sayuran sesuai dengan berat sayuran waktu di timbang. Sehingga para konsumen menjadi pelanggan tetap sering membeli lagi kepada para pedagang sayur di Desa Petung tanpa harus pergi ke pasar untuk membeli sayuran.

3. Penguatan Nilai Keadilan dan Keberkahan Melalui Inovasi Penjualan Sayur Di Era Digital Di Desa Petung Kabupaten Jember.

Dalam penjualan di era digital ini haruslah memerhatikan nilai-nilai keadilan dan keberkahan. Penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital ini terdapat enam point yaitu kejujuran digitalisasi dan produk, transparansi pemesanan online, kesetaraan sistem pengantaran, barang yang halal dan berkualitas pada kemasan dan bundling produk, saling menguntungkan kolaborasi dengan petani dan supplier, dan saling ridha pada sistem pembayaran.

a. Kejujuran Digitalisasi dan Produk

Untuk memulai jualan di era digital, pedagang harus jujur tentang digitalisasi diri dan produk mereka. Ini karena mereka dapat membangun kepercayaan konsumen dengan memaparkan produk mereka secara jujur dan sesuai dengan deskripsinya di platform media sosial.

Temuan peneliti para pedagang sayur di Desa Petung dalam berjualan sayur di era digital telah melaksanakan kejujuran dalam membuat akun di platform media sosial. Para pedagang sayur hanya membuat akun WhatsApp saja untuk digunakan berjualan, namun meskipun hanya menggunakan akun WhatsApp saja dapat menjangkau konsumen. Dan para pedagang sayur dalam meng upload sayuran hanya lewat story WhatsApp. Tetapi meskipun hanya upload lewat story WhatsApp, dapat mempermudah konsumen untuk memilih sayuran yang di inginkan.

b. Transparansi Pemesanan Online

Transparansi pemesanan online merupakan suatu yang penting dalam sistem penjualan di era digital. Pedagang harus memberikan deskripsi yang jelas pada produk yang di jual dan transparansi harga suatu produk serta ketersediaan stok produk yang di jual. Sehingga konsumen mengetahui secara detail produk yang ingin di pesan.

Temuan peneliti, para pedagang sayur di Desa Petung sudah menjelaskan kualitas sayuran yang di jual lewat WhatsApp dengan langsung melakukan video call kepada konsumen yang ingin membeli sayuran. Para pedagang sayur juga dalam menimbang pesanan konsumen dengan memperlihatkan secara langsung berat sayuran yang di timbang melalui video call dan pedagang sayur juga membuat story sayuran yang di jual agar konsumen mengetahui sayuran yang di

inginkan ada atau tidaknya. Dengan hal tersebut para pedagang sayur mempermudah konsumen untuk memesan sayuran lewat WhatsApp.

c. Kesetaraan Sistem Pengantaran

Dalam kesetaraan sistem pengantaran ini sangatlah penting. Pedagang dalam mengirim barang dagangan haruslah sama cara pengirimannya tanpa membedakan semua konsumen. Untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki pemahaman yang jelas tentang waktu pengantaran barang yang dipesan, penjual harus memberi tahu pelanggan tentang biaya pengiriman barang dan estimasi waktu pengiriman barang.

Temuan peneliti, pedagang sayur di Desa Petung dalam mengantar pesanan sayuran konsumen dilakukan secara adil tanpa membedakan konsumen. Pedagang sayur di Desa Petung ada yang menyuruh anaknya untuk mengantar sayuran ke rumah konsumen dan ada pedagang sayur yang mengantar langsung sayuran yang ke rumah konsumen. Semua pedagang sayur memberlakukan gratis ongkir atau tanpa biaya tambahan kepada semua konsumen pada pengiriman sayuran ke rumah konsumen. Dengan demikian para pedagang sayur tidak membedakan dalam sistem pengantaran sayur.

Kesimpulan temuan peneliti bahwa para pedagang sayur dalam penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung telah sesuai dengan nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di era digital yaitu para pedagang sayur

di Desa Petung telah melakukan kejujuran dalam digitalisasi diri dan produk dengan membuat akun penjualan secara benar sesuai identitas para pedagang sayur yaitu membuat aplikasi WhatsApp dan membuat story sayuran yang sesuai dengan apa yang di jual, transparansi pemesanan online dengan memberitahu harga, kualitas dan waktu menimbang sayuran lewat video call kepada konsumen, sistem pengantaran yang setara kepada semua konsumen dengan gratis ongkir, menjual sayuran yang halal dan berkualitas pada kemasan dan bundling produk, saling menguntungkan kolaborasi dengan supplier sayur, dan saling ridha dalam system pembayaran.

Menurut peneliti konsumen yang membeli atau memesan lewat media sosial yaitu membeli sayuran melewati wa merasa senang dan puas karena para pedagang sayur di Desa Petung menerangkan secara jelas dan transparan kualitas sayuran yang dijual dan dalam menimbang sayuran juga adil pas ditengah-tengah tidak condong sebelah dengan langsung melakukan video call kepada konsumen serta sayuran yang dibeli langsung di anter oleh pedagang sayur ke rumah konsumen tanpa biaya ongkir atau biaya transportasi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis peneliti yang di dapatkan dalam penelitian yang berjudul “Inovasi Penjualan Sayur Di Era Digital Melalui Penguatan Nilai Keadilan Dan Keberkahan Di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember” maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Para pedaganng sayur di Desa Petung dalam berjualan sayur menggunakan media sosial yaitu menjual sayur melalui WhatsApp telah mengimplementasikan langkah-langkah penjualan di era digital yaitu para pedagang sayur membuat akun WhatsApp saja dalam berjualan sayur, menyediakan pemesanan sayur secara online dengan menghubungi lewat WhatsApp, mengantarkan sayuran yang di pesan ke rumah konsumen dengan gratis ongkir, menyediakan pembayaran secara tunai karena jumlah sayuran yang dibeli oleh konsumen dengan jumlah harga yang sedikit, mengemas sayuran dan bundling sayuran yang dibeli oleh konsumen dengan menggunakan plastik biasa, membuat story selama kurang lebih 24 jam tentang sayuran sehingga konsumen mengetahui stok sayuran yang di inginkan, berkolaborasi dengan supplier sayur yang datang langsung dari pasar, dan memberikan bonus seperti cabai, bawang pring dan lain-lain kepada konsumen

2. Implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Para pedagang sayur di Desa Petung dalam melakukan penjualan sayuran telah menerapkan nilai-nilai keadilan dan keberkahan yaitu para pedagang sayur menjelaskan kepada konsumen tentang kualitas sayuran dengan secara jujur, dalam hal menimbang sayuran para pedagang sayur menimbang secara transparan dengan pas di tengah-tengah tidak berat sebelah dan para pedagang sayur juga dalam menentukan harga secara transparan sesuai dengan berat sayuran yang telah di timbang, para pedagang sayur tidak memaksa konsumen untuk membeli sayurannya dan tidak mengambil untung banyak dalam penjualan sayuran sehingga saling menguntungkan bagi pedagang sayur dan konsumen, memberlakukan semua konsumen dengan setara tanpa membedakan dalam melayani penjualan sayur, dan menjual sayuran yang halal dan berkualitas dengan berkolaborasi bersama supplier sayur dan langsung kolakan sayuran ke pasar untuk membeli sayuran yang bagus.

3. Penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.

Para pedagang sayur di Desa Petung dalam melakukan penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital yaitu dengan membuat akun WhatsApp saja secara jujur, membuat story sayuran kurang lebih selama 24 jam, menyediakan pemesana sayuran secara online dengan secara transparan, menyediakan pengantaran sayuran secara

gratis ongkir kepada semua konsumen. Dengan demikian para pedagang sayur sudah menerapkan penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, peneliti bisa memberikan saran mengenai pembahasan dalam skripsi ini, yakni:

1. Para pedagang sayur perlu mempertahankan sistem pemasaran yang telah berjalan melalui media sosial WhatsApp, serta mengembangkan strategi penjualan dengan memanfaatkan platform digital lain yang telah terbukti efektif, seperti, Instagram, Tokopedia dan berbagai platform media sosial lainnya. Diversifikasi saluran pemasaran ini bertujuan untuk memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan potensi penjualan. Di samping penguatan strategi pemasaran digital, penggunaan timbangan digital juga sangat dianjurkan. Timbangan digital memberikan hasil pengukuran yang lebih akurat dan terstandar, sehingga harga yang ditetapkan sesuai dengan berat aktual produk. Penerapan alat ukur yang akurat ini diharapkan dapat meminimalkan potensi kesalahpahaman maupun spekulasi terkait ketidaksesuaian dalam proses penimbangan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pedagang.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menguji secara empiris pengaruh nilai religius dan persepsi keberkahan terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform penjualan sayur digital. Pendekatan kuantitatif maupun campuran (mixed methods) dapat digunakan untuk memperoleh

gambaran yang lebih komprehensif, sehingga dapat melakukan eksplorasi lebih mendalam mengenai implementasi akad dan mekanisme transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dalam platform e-commerce sayur, seperti penerapan akad salam pada sistem pre-order. Penelitian ini penting untuk memastikan bahwa inovasi digital tidak hanya efisien secara teknologi, tetapi juga memenuhi aspek keadilan, transparansi, dan terhindar dari unsur gharar maupun praktik yang merugikan salah satu pihak.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)
- Al-Ghazali, A. H, *Ihya' Ulum Al-din Jilid 2*. 74-75. (Singapura : Pustaka Nasional, 1992)
- Aini, L. N., Nafis, A. W., & Rifa'i, K, *Pengaruh Pemasaran Digital Dan Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim*. Jurnal Ekonomi Islam Lariba, 10.1, (2024) 383.
- Abidin, Z., & Satrianingsih, A. *Memahami Hakikat Berkah Untuk Meraih Keberkahan Hidup*. (Gowa: Alauddin University Press, 2021)
- Chotib, M, *Manajemen Pemasaran* (Jember: Pena Salsabila, 2012)
- Diharto, A. K, *Buku Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. (Yogyakarta: Cv Gerbang Media Aksara, 2022)
- Elfiani, *Akad Jual Beli Dalam Persepektif Dalam Muamalah Dan Peranan Bmt Di Lks*. (Yogyakarta: Pustaka Egaliter, 2022)
- Fauzan, Ahmad, 'Implementasi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Pada Toko Sakinah' (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024)
- Fitrohwati, Lubabah Addini, 'Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Pada Penjualan Produk Nawangwulan Craft Di Desa Pait Kecamatan Kesambon Kabupaten Malang' (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022)
- Farida, Siti, 'Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Naycraft Di Desa Ajung Kecamatan Kalisat Kabuapten Jember' (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024)
- Fadli, M. R, *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*. Jurnal Humanika Vol.21 No.1, (2021) 35.
- Firdaus, A., Husain, S. P., & Soelistya, D. *Etika Bisnis Syariah*. (Sumatera Barat: PT Mafy Literasi Indonesia, 2024)
- Farida, Fitria, *Optimalisasi Peningkatan Penjualan Sayur Hidroponik Melalui Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Dengan Media Sosial Tiktok*. Pengabdian Indonesia, 1.2, (2025), 193.

- Hasan, A. F. *Fiqih Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*. (Malang: UIN Maliki Malang Press, 2018)
- Hendayana, Y., & Fauzi, A. *Strategi Inovasi Pada Umkm*. (Banyumas: PT. Pena Persada Kerta Utama, 2024)
- Hidayatullah, M. F., Rafidah, N. N., Masruroh, N., & Mauliyah, N. I. *Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id*. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.6, (2023) 540.
- Hidayatullah, M. *Strategi Pemasaran Produk Mitraguna Di Bank Syariah Indonesia*. *Ekonomi Keuangan 7 Bisnis Syariah*, 6.2, (2023), 2837
- Hutagalung, A'tri Renta, 'Pengaruh Penggunaan Media Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Online Di Kota Medan' (Universitas Medan Area, 2024)
- Indraswati, 'Strategi Pemasaran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Produk Penjualan (Studi Ekspresial Pada Loka's Kripik Pisang Di Desa Mekatta Kecamatan Malunda Kabupaten Majeng, 2024)
- Kotler, & Amstrong, *Marketing An Introduction Ninth Edition*. (Jakarta: Andi, 2009)
- Kotler, p., & Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Erlangga: 2006)
- Minclute, & Olar. *ApoF Proaches To The Modern Cancept Of Digital Marketing*. 24.2, (2018) 63.
- Mahendra, Fikriyah Lailatul, 'Strategi Penjualan Menggunakan Aplikasi Digital Dalam Pemenuhan Target Usaha Kuliner Ayam Goreng Nelomgso Cabang Manstrip Jember' (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022)
- Nafarin, M, *Penganggaran Perusahaan*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Nufuz, D. A., Mahendra, M. H., Faiqh, A., Wijito, & Setianingrum, N, *Strategi Efektif Dalam Manajemen Perubahan: Membangun Ketahanan Organisasi Di Era Digital*. *Penelitian Nusantara*, 1.6, (2025) 540.
- Nidiawati, Putri, 'Strategi Peningkatan Laba Penjualan melalui Promosi Digital Dalam Perspektif Syariah Di Moment Self Studio Tanggul Jember' (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025)
- Penyusun, T, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022)

- Purwanan, A. E, *Keadailan Pendekatan Ekonomi Islam, Teori, Masalah, Dan Kebijakannya* (Yogyakarta: Stan Po Press, 2016)
- Rohman, Taufiqur, 'Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Rumah Kopi Banjarsengon Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam' (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2025)
- Ramadhanti, Wulandari, 'Prefensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Segar Online Di Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat' (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024)
- Rifa'i, K, *Pemasaran Suatu Pengantar* (Jember: Stain Jember Press, 2012)
- Sofia, A., Lestari, & Rohman, A, *Analisis Perkembangan Bisnis Pada Usaha Sayur Keringat Petani Dalam Sistematika Aspek Financial. Ekonomi Syariah Dan Hukum Islam , 7.1, (2024) 132.*
- Sudaryo, Y., & Sofiati, N. A, *Digital Marketing Dan Fintech Di Indonesia* (Bandung: Andi, 2020)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* (Bandung: Alfabeta. 2013)
- Suswatika, W. K., Kase, M. S., & Bayti, N. *Kewirausahaan Di Era Digital.* (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group, 2023)
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Effendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Andi 2015)
- Sulianta, F, *Panduan Lengkap Digital Marketing.* (Yogyakarta: Andi, 2023)
- Supriadi, Y. N., & Marzuki, F, *Strategi Manajemen Pemasaran Di Era Digital.* (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2022)
- Tirta, R.D., *Pengenalan Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Sayur Pak Nipri Di Desa Lubuk Lagan Kabupaten Seluma. Pengabdian Masyarakat. 1.2, (2025), 86-93*
- Umar, H, *Bisss An Introduction.* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Wahyuni, E., & Utomo, H. S, 'Sayuran Sehat Di Pekaranga' (Yogyakarta: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta, 2020)
- Wahyuddin, 'Peran Digital Marketing Terhadap Penjualan Dan Pendapatan Jamur Tiram, Studi Kasus PT Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan bInuang Kabupaten Polewali Mandar' (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024)

Winarso, W, *Kreatif Dan Inovatif Dalam Bisnis*. (Banyumas: CV Pena Persada, 2020)

Yuliyzar, I., & Putri, R. L. *Etika Bisnis Di Era Digital*. (Tangerang: Minhaj Pustaka, 2024)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Inovasi Penjualan Sayur Di Era Digital Melalui Penguatan Nilai Keadilan Dan Keberkahan Di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember	1. Inovasi Penjualan Sayur di Era Digital	a. Langkah-langkah penjualan di era digital	1. Digitalisasi diri 2. Pemesanan online 3. Pengantaran 4. Pembayaran 5. Kemasan dan bundling produk 6. Story WhatsApp 7. Unggah story 8. Kolaborasi dengan supplier 9. Customer experience	1. Data Primer: a. Pedagang sayur b. Konsumen 2. Data Sekunder: a. Buku b. Jurnal	1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian: Kualitatif Deskriptif. 2. Lokasi Penelitian: Desa Petung, Kecamatan Bangsalsari Kabuapten Jember. 3. Subjek Penelitian: Pedagang Sayur Dan Konsumen. 4. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, wawancara, dan Dokumentasi. 5. Analisis Data: Pengumpulan Data, Redukasi Data, Penyajian Data, dan Kesimpulan. 6. Keabsahan Data: Tringulasi	1. Bagaimana inovasi penjualan sayur yang dilakukan pedagang di era digital di Desa Petung?
	2. Nilai Keadilan Dalam Jual Beli	a. Prinsip Keadilan	1. Kejujuran 2. Transparansi 3. Saaling Menguntungkan 4. Seimbang nilai dan harga 5. Kesetaraan perlakuan 6. Kerelaan			2. Bagaimana implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di desa petung kabupaten jember?
	3. Nilai Keberkahan	a. Prinsip Keberkahan	1. Kejujuran 2. Keuntungan yang wajar 3. Saling ridha 4. Barang yang halal dan berkualitas			3. Bagaimana penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di desa petung kabupaten jember?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini:

Nama : Mohammad Rizal
NIM : 222105020017
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian yang berjudul "INOVASI PENJUALAN SAYUR DI ERA DIGITAL MELALUI PENGUATAN NILAI KEADILAN DAN KEBERKAHAN DI DESA PETUNG KECAMATAN BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER" tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pastaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 29 Januari 2026



Mohammad Rizal
NIM: 222105020017

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Observasi terhadap sarana, prasana, dan kegiatan penjualan sayur secara digital di Desa Petung yang berkaitan dengan inovasi penjualan serta penerapan nilai keadilan dan keberkahan.
2. Observasi terhadap inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.
3. Observasi terhadap kegiatan implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember.
4. Observasi terhadap kegiatan penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.

B. Pedoman Wawancara

Rumusan Masalah

1. **Bagaimana inovasi penjualan sayur yang dilakukan para pedagang di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.**

Pertanyaan:

- 1) Bagaimana cara Bapak/Ibu dalam melakukan proses penjualan dan apa tujuan Bapak/Ibu dalam melakukan kegiatan penjualan?
 - 2) Menurut Bapak/Ibu faktor apa saja yang mempengaruhi kegiatan penjualan?
 - 3) Apa yang melatarbelakangi Bapak/Ibu untuk menggunakan cara penjualan digital (misalnya melalui WhatsApp, Facebook, atau marketplace)?
 - 4) Platform digital apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk berjualan?
 - 5) Apakah ada perubahan pendapatan atau jangkauan pembeli sejak beralih ke metode penjualan digital?
 - 6) Bagaimana cara Bapak/Ibu menerapkan prinsip digital marketing seperti keterbukaan dan transparansi dalam penjualan secara digital?
 - 7) Seberapa besar manfaat digital marketing bagi penjualan sayur Bapak/Ibu?
2. **Bagaimana implementasi nilai keadilan dan keberkahan dalam jual beli sayur di Desa Petung Kabupaten Jember.**

Pertanyaan:

- 1) Bagaimana Bapak/Ibu menerapkan prinsip nilai keadilan dalam jual beli seperti kejujuran dan keterbukaan dalam menimbang atau menentukan harga sayur?
 - 2) Apakah Bapak/Ibu memberikan harga yang sama kepada semua pelanggan?
 - 3) Bagaimana Bapak/Ibu menghindari praktik manipulasi timbangan atau harga?
 - 4) Apa makna keberkahan dalam berdagang bagi Bapak/Ibu?
 - 5) Bagaimana cara Bapak/Ibu mencari keberkahan dalam usaha jual beli sayur?
 - 6) Bagaimana Ibu/Bapak menerapkan prinsip-prinsip keberkahan dalam jual beli?
 - 7) Apakah Bapak/Ibu menerapkan prinsip seperti jujur, amanah, dan ridha dalam setiap transaksi?
 - 8) Apakah Bapak/Ibu memaksa konsumen untuk membeli sayuran yang Bapak/Ibu jual?
 - 9) Apakah ada kebiasaan tertentu (seperti membaca doa, sedekah, atau berpagi-pagi berdagang) yang Bapak/Ibu yakini membawa berkah?
- 3. Bagaimana penguatan nilai keadilan dan keberkahan melalui inovasi penjualan sayur di era digital di Desa Petung Kabupaten Jember.**

Pertanyaan:

- 1) Bagaimana inovasi penjualan digital membantu Bapak/Ibu menerapkan nilai keadilan dan keberkahan dalam berdagang?
- 2) Apakah sistem penjualan digital memudahkan Bapak/Ibu dalam menjaga transparansi harga dan kualitas barang?
- 3) Bagaimana Bapak/Ibu memastikan keberkahan tetap terjaga meskipun jual beli dilakukan secara online?
- 4) Apa upaya Bapak/Ibu dalam menyeimbangkan antara mencari keuntungan dan menjaga keadilan serta keberkahan?
- 5) Menurut Bapak/Ibu, apa bentuk inovasi penjualan yang paling sesuai dengan prinsip keadilan dan keberkahan dalam Islam?



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN BANGSALSARI
KEPALA DESA PETUNG
Jl. Raya D.I Panjaitan NO.1 Bangsalsari 68154**

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 470/ 1059 /35.09.09.2009/ 2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Kami :

Nama Lengkap : MUHAMMAD RIDWAN

Jabatan : Kepala Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember

Menerangkan Dengan Sebenarnya Bahwa :

Nama : MOHAMMAD RIZAL

NIM : 222105020017

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

A l a m a t : Jl. Mataram No. 1 Mangli, Kaliwates Jember

Nama tersebut diatas, benar-benar telah melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mulai Tanggal 10 November 2025 Sampai dengan 05 Desember 2025 di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember, Dengan Judul Penelitian : "Inovasi Penjualan Sayur di Era Digital Melalui Penguatan Nilai Keadilan dan Keberkahan Di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Demikian surat keterangan telah melaksanakan penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

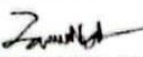
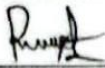
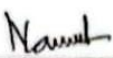
Petung , 09 Desember 2025

Kepala Desa Petung



MUHAMMAD RIDWAN

JURNAL PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Paraf
1.	10 November 2025	Menyerahkan surat izin penelitian ke kantor Desa Petung dan melakukan wawancara awal dengan ibu Wiwik selaku pegawai Desa Petung.	
2.	25 November	Wawancara dengan Ibu Iis selaku pedagang sayur di Desa Petung	
3.	25 November 2025	Wawancara dengan Ibu Erwin selaku pedagang sayur di Desa Petung	
4.	25 November 2025	Wawancara dengan Ibu Lutfia selaku konsumen pedagang sayur Ibu Iis	
5.	25 November 2025	Wawancara dengan Ibu Rahyu selaku konsumen pedagang sayur di Ibu Erwin.	
6.	04 November 2025	Wawancara dengan Ibu Zainab selaku pedagang sayur di Desa Petung	
7.	04 Desember 2025	Wawancara dengan Ibu Rokayya selaku konsumen pedagang sayur Ibu Zainab	
8.	05 Desember 2025	Wawancara dengan Bapak Nali selaku pedagang sayur di Desa Petung	
9.	05 Desember 2025	Wawancara dengan Ibu Halima selaku konsumen pedagang sayur Bapak Nali	

Jember, 09 Desember 2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQI
JEMBER

Kepala Desa Petung


Muhammad Ridwan

DOKUMENTASI PENELITIAN



Penyerahan Surat Penelitian



Wawancara dengan Ibu Iis



Wawancara dengan Ibu Erwin



Wawancara dengan Ibu Zainab



Wawancara dengan Bapak Nali



Wawancara dengan Ibu Rokayya



Wawancara dengan Ibu Halima



Wawancara Dengan Ibu Rahayu



Wawancara dengan Ibu Lutfia



Proses penimbangan sayuran



Bundling sayuran sop



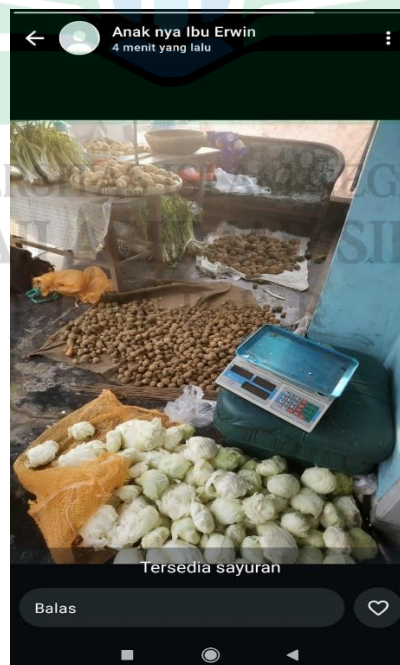
Pengantaran sayuran



Story sayuran Ibu Zainab



Story Sayuran Bapak Nali



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Mohammad Rizal

NIM : 222105020017

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : Inovasi Penjualan Sayur di Era Digital melalui Penguatan Nilai Keadilan dan Keberkahan di Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 2 Februari 2026
Operator Aplikasi Tumitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



SURAT KETERANGAN

Nomor : 177 /Un.22/D.5.KP.1/KM.05.00/02/2026

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa :

Nama : Mohammad Rizal

NIM : 222105020017

Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 02 Februari 2026

A.n. Dekan
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah

Dr. Sofiah, M.E





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

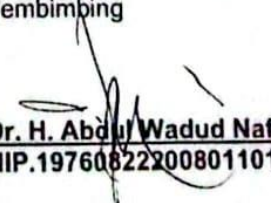
Nama : Mohammad Rizal
NIM : 222105020017
Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah/
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)		✓
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 02 Februari 2026
Pembimbing


Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc, M.E.I.
NIP.197608222008011015



BIODATA PENULIS



DATA PRIBADI

Nama : Mohammad Rizal
NIM : 222105020017
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 12 Februari 2003
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Agama : Islam
Alamat : Dusun Paguan RT 001 RW 001, Desa Petung,
Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember
Email : 12mohammadrizal@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

MI Riyadlatul Afkar Petung : 2013-2016
SMP Asy-Syuja'I Rambipuji : 2016-2019
SMA Asy-Syuja'I Rambipuji : 2019-2021
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2022-2026

PENGALAMAN ORGANISASI

Ketua Panitia Keamanan Samba Assent Ace Bidikmisi & KIP-K 2023-2024

Wakil Ketua Umum Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Febi UIN Khas
Jember 2024-2025

PENGALAMAN MAGANG

Magang di Dinas Sosial Kabupaten Jember (Dinsos) tahun 2025

MOTTO HIDUP

“Tangan yang di atas lebih baik dari pada tangan yang di bawah”

(HR. Bukhari dan Muslim)

