



Analisis Pengaruh Modal Kerja dan Strategi Pemasaran Terhadap Kesejahteraan Melalui Pendapatan dalam Tinjauan Ekonomi Syariah

Syafira Rahmasari Maksud^a, Roni Mohamad^b, Syawaluddin^c

^{a,b,c} IAIN Sultan Amai Gorontalo, Jl. Gelatik No.1 Kota Gorontalo, Indonesia.

Email : syafiramaksud08@gmail.com^a, ronimohamad@iaingorontalo.ac.id^b,
syawaluddin21@gmail.com^c

INFO ARTIKEL

A B S T R A K

Riwayat Artikel:

Received 30-12-2025

Revised 29-01-2025

Accepted 01-02-2025

Kata Kunci:

Modal Kerja, Strategi Pemasaran, Ekonomi Syariah

Keywords:

Working Capital,
Marketing Strategy,
Islamic Economics

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal kerja dan strategi pemasaran terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo melalui pendapatan dalam tinjauan ekonomi syariah. Penelitian ini mengintegrasikan pendapatan sebagai variabel intervening serta memaknai kesejahteraan tidak hanya dari aspek material, tetapi juga sosial dan spiritual sesuai prinsip maqashid syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik sensus terhadap 150 pedagang pakaian bekas. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Selanjutnya, pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan pedagang. Modal kerja dan strategi pemasaran juga terbukti berpengaruh positif terhadap kesejahteraan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pendapatan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan kebijakan bagi pengembangan UMKM pakaian bekas yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

A B S T R A C T

This study aims to analyze the effect of working capital and marketing strategies on the welfare of secondhand clothing traders in Gorontalo City through income from an Islamic economic perspective. This research integrates income as an intervening variable and conceptualizes welfare not only in material terms but also in social and spiritual dimensions based on maqashid sharia principles. A quantitative approach was employed using a census method involving 150 secondhand clothing traders. Data were collected through questionnaires and analyzed using path analysis. The results indicate that working capital and marketing strategies have a positive and significant effect on income. Furthermore, income has a significant effect on traders' welfare. Working capital and marketing strategies also directly and indirectly influence welfare through income. These findings are expected to provide practical insights for policymakers and stakeholders in developing sustainable secondhand clothing MSMEs aligned with Islamic economic principles.

PENDAHULUAN

UMKM berperan strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Di Kota Gorontalo, salah satu bentuk UMKM yang berkembang adalah perdagangan pakaian bekas impor (*cabo*), yang diminati masyarakat karena harga terjangkau dan kualitas layak pakai (Novarianti & Ardhiyansyah, 2021). Meskipun impor pakaian bekas dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 dan peraturan Menteri Perdagangan karena dinilai berdampak negatif terhadap kesehatan dan perekonomian nasional (Wijaya & Andriasi, 2022), praktik perdagangan ini tetap berlangsung dan menjadi bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat. Faktor harga yang relatif murah serta variasi produk menjadi alasan utama tingginya minat konsumen. Kondisi ini mendorong berkembangnya aktivitas perdagangan pakaian bekas atau yang dikenal secara lokal dengan istilah *cabo* di sejumlah pasar tradisional di Kota Gorontalo.

Beberapa pasar tradisional seperti Pasar Kamis di Kampung Bugis, Pasar Sabtu di Liliwo, Pasar Selasa di Potanga, dan Pasar Senin di Moodu menjadi pusat aktivitas perdagangan pakaian bekas. Pasar-pasar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi ruang sosial yang mendukung interaksi masyarakat. Keberadaan perdagangan pakaian bekas menunjukkan bahwa aktivitas ini telah menjadi bagian dari pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat Gorontalo.

Di balik potensi ekonomi yang dimiliki, pedagang pakaian bekas masih menghadapi berbagai tantangan yang berdampak pada kesejahteraan mereka. Tantangan utama meliputi keterbatasan modal kerja dan penerapan strategi pemasaran yang masih sederhana. Keterbatasan modal menghambat kemampuan pedagang dalam menambah stok dan meningkatkan skala usaha, sementara lemahnya strategi pemasaran membatasi jangkauan pasar dan volume penjualan. Kondisi tersebut menyebabkan pendapatan pedagang cenderung tidak stabil.

Dalam perspektif ekonomi syariah, kesejahteraan tidak hanya diukur dari aspek material atau besarnya pendapatan, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan spiritual. Kesejahteraan dipahami sebagai kondisi terpenuhinya kebutuhan hidup melalui aktivitas ekonomi yang halal, adil, dan membawa kemaslahatan. Oleh karena itu, pengelolaan modal kerja yang sesuai prinsip syariah serta penerapan strategi pemasaran yang etis menjadi faktor penting dalam mewujudkan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi pedagang.

Hasil wawancara dengan pelaku usaha, diketahui bahwa modal awal usaha perdagangan pakaian bekas berkisar antara Rp50 juta hingga Rp100 juta, yang digunakan untuk membeli stok barang dalam bentuk *ball*. Sistem penjualan

dilakukan di pasar-pasar tradisional dengan strategi harga fleksibel, termasuk pemberian diskon untuk meningkatkan perputaran barang. Pendapatan pedagang bervariasi tergantung kondisi pasar, dengan kisaran Rp10 juta hingga Rp20 juta per pasar.

Kesejahteraan pedagang pakaian bekas berkaitan erat dengan pendapatan yang dipengaruhi oleh modal kerja dan strategi pemasaran. Dalam perspektif ekonomi syariah, kesejahteraan tidak hanya bersifat material, tetapi juga mencakup aspek spiritual dan moral (Nursalim & Khamidi, 2025). Modal kerja berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha dan dipahami sebagai harta yang dikelola sesuai prinsip syariah (Lestari et al., 2022), sementara strategi pemasaran yang efektif, khususnya pemanfaatan media digital, dapat meningkatkan jangkauan pasar dan pendapatan pedagang (Knight, 2000). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterbatasan modal dan lemahnya strategi pemasaran menjadi penyebab utama penurunan pendapatan UMKM di Gorontalo (Antu et al., 2021), sehingga penelitian ini penting untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kesejahteraan melalui pendapatan dalam tinjauan ekonomi syariah.

Dengan mempertimbangkan peran modal kerja dan strategi pemasaran dalam memengaruhi pendapatan serta kesejahteraan pedagang, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kesejahteraan melalui pendapatan dalam tinjauan ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan rekomendasi praktis bagi pengembangan UMKM pakaian bekas yang berdaya saing dan berkelanjutan di Kota Gorontalo.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Modal Kerja

Modal kerja merupakan dana yang digunakan untuk membiayai aktivitas operasional usaha sehari-hari dan berperan penting dalam menjaga kelangsungan usaha serta kemampuan memenuhi permintaan pasar (Safitri, 2018). Dalam konteks UMKM, keterbatasan modal kerja sering menjadi kendala utama, sementara kecukupan modal memberikan fleksibilitas pengelolaan usaha dan peluang peningkatan pendapatan (Purwanti, 2012). Dalam perspektif ekonomi syariah, modal kerja dipahami sebagai harta yang dikelola secara produktif dan halal untuk memperoleh keuntungan berkelanjutan dan kemaslahatan (Lestari et al., 2022). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, di mana semakin besar modal kerja, semakin besar peluang peningkatan kapasitas produksi dan penjualan (Antu et al., 2021).

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian keputusan pelaku usaha dalam mengenalkan produk, menetapkan harga, memilih saluran distribusi, dan melakukan promosi secara efektif (Kotler, 2014). Strategi yang tepat memungkinkan UMKM menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan daya saing. Namun, sebagian besar UMKM, termasuk pedagang pakaian bekas, masih mengandalkan pemasaran tradisional, padahal pemanfaatan media digital berpotensi meningkatkan penjualan dan pendapatan usaha (Lestari, 2019). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM karena membantu pelaku usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar (Purwanti, 2012).

Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh pelaku usaha dari kegiatan penjualan dalam periode tertentu dan menjadi indikator utama keberhasilan usaha serta kemampuan memenuhi kebutuhan hidup (Hidayah et al., 2021). Dalam konteks UMKM, pendapatan dipengaruhi oleh faktor seperti modal kerja dan strategi pemasaran. Pendapatan yang stabil memungkinkan peningkatan kesejahteraan, dan dalam perspektif ekonomi syariah harus bersumber dari aktivitas halal serta dikelola secara bertanggung jawab untuk mencapai keberkahan (Suardi, 2021). Selain itu, pendapatan berperan sebagai variabel penghubung antara faktor produksi dan kesejahteraan pedagang.

Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Kesejahteraan dalam ekonomi syariah tidak hanya diukur secara material, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan spiritual untuk mencapai kemaslahatan manusia secara menyeluruh (Sodiq, 2015). Menurut Suardi (2021), kesejahteraan dalam Islam ditandai oleh terpenuhinya kebutuhan hidup secara layak, pendapatan yang halal, serta keberkahan dalam aktivitas ekonomi. Pendapatan yang memadai memungkinkan pedagang memenuhi kebutuhan hidup dan berkontribusi secara sosial, sehingga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang pakaian bekas dalam perspektif ekonomi syariah (Nursalim & Khamidi, 2025).

Hubungan Antarvariabel dan Perumusan Hipotesis

Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan

Modal kerja yang memadai memungkinkan pedagang menyediakan stok barang yang cukup dan menjaga kelancaran operasional usaha. Penelitian Safitri (2018) dan Antu et al. (2021) menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

H1: Modal kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas.

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan

Strategi pemasaran yang tepat membantu pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Penelitian Purwanti (2012) dan Lestari (2019) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM.

H2: Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas.

Pengaruh Modal Kerja terhadap Kesejahteraan

Modal kerja yang cukup memungkinkan pelaku usaha memperoleh pendapatan yang stabil dan meningkatkan kualitas hidup. Penelitian menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif terhadap kesejahteraan pelaku UMKM (Safitri, 2018).

H3: Modal kerja berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas.

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kesejahteraan

Strategi pemasaran yang efektif meningkatkan penjualan dan pendapatan, yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan pelaku usaha (Knight, 2000).

H4: Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas.

Pengaruh Pendapatan terhadap Kesejahteraan

Pendapatan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kesejahteraan, baik secara material maupun sosial (Hidayah et al., 2021).

H5: Pendapatan berpengaruh positif terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas.

Peran Pendapatan sebagai Variabel Intervening

Modal kerja dan strategi pemasaran memengaruhi kesejahteraan secara tidak langsung melalui peningkatan pendapatan.

H6: Pendapatan memediasi pengaruh modal kerja terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas.

H7: Pendapatan memediasi pengaruh strategi pemasaran terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan menganalisis hubungan kausal antara modal kerja dan strategi pemasaran terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas melalui pendapatan sebagai variabel intervening (Sugiyono, 2021). Penelitian dilaksanakan di Kota Gorontalo pada Januari–Juni 2025 dengan teknik sensus terhadap seluruh 150 pedagang pakaian bekas sebagai responden (Sugiyono, 2016). Data dikumpulkan melalui observasi, studi literatur, dan kuesioner skala Likert lima poin, dengan variabel modal kerja dan strategi pemasaran sebagai variabel independen, pendapatan sebagai variabel intervening, serta kesejahteraan sebagai variabel dependen yang diukur berdasarkan konsep maqāṣid al-syarī‘ah. Analisis data dilakukan menggunakan analisis jalur dan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan SPSS AMOS 23.0, disertai pengujian validitas, reliabilitas, normalitas, serta evaluasi goodness of fit model seperti Chi-square, RMSEA, GFI, dan NFI (Santoso, 2012).

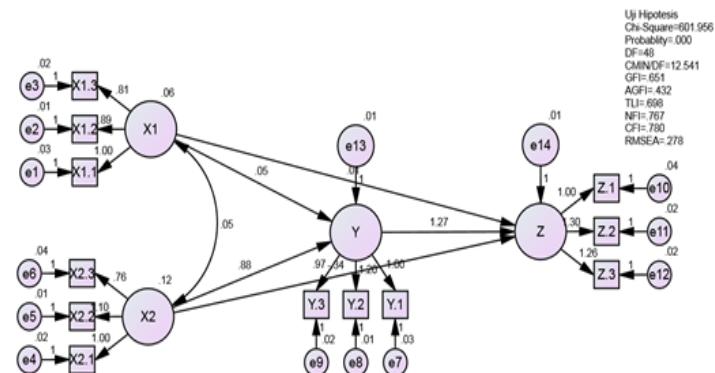
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form dengan teknik sensus, sehingga seluruh 150 pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo dijadikan responden. Seluruh kuesioner dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis. Karakteristik responden mencerminkan kondisi riil pelaku usaha dan menjadi dasar analisis hubungan antara modal kerja, strategi pemasaran, pendapatan, dan kesejahteraan pedagang.

Hasil Uji Model Pengukuran

Gambar 1. Pengukuran Model Awal Hubungan Variabel



Dalam penelitian ini, kelayakan model pengukuran diuji menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan bantuan aplikasi SPSS AMOS 23.0.

Hasil Uji Terhadap Model Pengukuran Modal Kerja dan Strategi Pemasaran

Tabel 3. Loading Factor (λ) Pengukuran Modal Kerja dan Strategi Pemasaran

Indikator Variabel	Loading Factor (λ)	Critical Ratio	Probability (p)	Keterangan
X1.1	0.832	Fix	0.000	<i>Signifikan</i>
X1.2	0.896	12.641	0.000	<i>Signifikan</i>
X1.3	0.837	11.834	0.000	<i>Signifikan</i>
X2.1	0.924	Fix	0.000	<i>Signifikan</i>
X2.2	0.951	21.982	0.000	<i>Signifikan</i>
X2.3	0.805	14.034	0.000	<i>Signifikan</i>

Sumber: SEM AMOS Versi 23

Loading faktor (λ) pengukuran variabel Modal Kerja dan Strategi Pemasaran pada tabel 4.3 menunjukkan hasil uji terhadap model pengukuran Modal Kerja dan Strategi Pemasaran dari setiap indikator yang menjelaskan konstruk, khususnya variabel laten (unobserved variabel), berdasarkan hasil analisis dari dua dimensi dan tiga indikator semuanya signifikan sehingga semua indikator dapat diikutkan dalam pengujian berikutnya.

Hasil Uji Terhadap Model Pengukuran Pendapatan dan Kesejahteraan

Tabel 4. Loading Factor (λ) Pengukuran Pendapatan dan Kesejahteraan

Indikator Variabel	Loading Factor (λ)	Critical Ratio	Probability (p)	Keterangan
Y.1	0.882	Fix	0.000	<i>Signifikan</i>
Y.2	0.963	19.721	0.000	<i>Signifikan</i>
Y.3	0.903	16.763	0.000	<i>Signifikan</i>
Z.1	0.868	Fix	0.000	<i>Signifikan</i>
Z.2	0.953	17.998	0.000	<i>Signifikan</i>
Z.3	0.945	17.642	0.000	<i>Signifikan</i>

Sumber: SEM AMOS Versi 23

Loading faktor (λ) pengukuran variabel Pendapatan dan Kesejahteraan pada tabel 4. menunjukkan hasil uji terhadap model pengukuran variabel Pendapatan dan Kesejahteraan dari setiap indikator yang menjelaskan konstruk, khususnya variabel laten (unobserved variabel), berdasarkan hasil analisis dari sembilan indikator semuanya signifikan sehingga semua indikator dapat diikutkan dalam pengujian berikutnya.

Hasil Uji Pengukuran Model Akhir Hubungan Variabel

Tabel 5. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit Indices Overall Model akhir*

Goodness of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Model*	Keterangan
$\chi^2 - Chi-Square$	Diharapkan Kecil	64.550<(0.05:37=0,3961)	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0.003	Marginal
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1.745	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.071	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0.937	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0.866	Marginal
TLI	$\geq 0,92$	0.961	Baik
NFI	$\geq 0,92$	0.975	Baik

Sumber: Hai (2006), Arbuckle (1997)

Evaluasi model menunjukkan dari delapan kriteria goodness of fit indices sudah ada dua yang memenuhi kriteria marginal dan enam yang memenuhi kriteria baik, berdasarkan prinsip parsimony theory maka model sudah dikatakan baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa model secara keseluruhan dapat dikatakan telah sesuai dengan data dan dapat di analisis lebih lanjut.

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Penelitian

HIP	Variabel Independen	Variabel Dependen	Direct Effect			
			Standarized	CR	p-value	Keterangan
H1	Modal Kerja	Pendapatan	0.063	0.809	0.000	Signifikan
H2	Strategi Pemasaran	Pendapatan	0.093	14.090	0.000	Signifikan
H3	Modal Kerja	Kesejahteraan	0.074	11.107	0.000	Signifikan
H4	Strategi Pemasaran	Kesejahteraan	0.215	13.596	0.000	Signifikan
H5	Pendapatan	Kesejahteraan	0.240	5.281	0.000	Signifikan

Sumber: SEM AMOS Versi 23

Tabel 6. dapat diketahui terdapat jalur yang berpengaruh signifikan. Dengan demikian hipotesis yang terdukung data empiris dan diterima adalah:

H1 : Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan

H2 : Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan

H3 : Modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan

H4 : Strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan

H5 : Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan

Hasil Estimasi Indirect Effects Antar Variabel Menurut Model

Tabel 7. Hasil Estimasi Indirect Effects Antar Variabel Menurut Model

Variabel Independen	Variabel Intervening	Variabel Dependen	Standardized	Keterangan
Modal Kerja	Pendapatan	Kesejahteraan	1.049	<i>Signifikan</i>
Strategi Pemasaran	Pendapatan	Kesejahteraan	1.177	<i>Signifikan</i>

Sumber: SEM AMOS Versi 23

Tabel 7. menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung (indirect effects) merupakan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain melalui variabel intervening. Hasil analisis menunjukkan bahwa modal kerja memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kesejahteraan melalui pendapatan sebesar 1.049, yang mengindikasikan bahwa peningkatan modal kerja dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo melalui peningkatan pendapatan. Selain itu, strategi pemasaran juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kesejahteraan melalui pendapatan sebesar 1.177, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang baik mampu meningkatkan kesejahteraan pedagang melalui pendapatan sebagai variabel intervening.

Total Pengaruh Variabel Exogenous Terhadap Endogenous Menurut Model Akhir

Tabel 8. Total Pengaruh Variabel Exogenous Terhadap Endogenous Menurut Model Akhir

No	Uraian	Parameter	Nilai
1	Total pengaruh X terhadap Z	$\beta_1 + \beta_4\alpha_1$	2.911

Sumber: data primer (diolah), 2022

Berdasarkan tabel 8. di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh total modal kerja dan strategi pemasaran dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo melalui gabungan pengaruh langsung maupun tidak langsung sebesar 2.911.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo. Modal kerja yang memadai memungkinkan pedagang menambah jumlah dan variasi stok barang sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan dan pendapatan. Mayoritas pedagang menggunakan

modal sendiri karena dinilai lebih aman dan fleksibel, meskipun sebagian juga memanfaatkan modal pinjaman untuk memperluas skala usaha. Penggunaan kombinasi modal sendiri dan pinjaman dapat meningkatkan kapasitas usaha dan pendapatan apabila dikelola secara efisien (Rizal, 2022).

Temuan ini sejalan dengan Working Capital Theory yang menekankan pentingnya modal kerja dalam menjaga kelancaran operasional dan arus kas usaha (Gitman, 2018), serta Pecking Order Theory yang menyatakan bahwa pelaku usaha kecil cenderung mengutamakan modal internal karena risikonya lebih rendah (Myers & Majluf, 1984). Dalam perspektif ekonomi syariah, modal kerja harus dikelola secara produktif dan terus berputar agar memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat (Chapra, 2000).

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo. Pemanfaatan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas jangkauan pasar, dengan promosi sebagai indikator paling dominan karena biayanya relatif rendah namun berdampak besar terhadap peningkatan penjualan. Strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi memungkinkan pedagang meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller yang menegaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif merupakan kunci peningkatan kinerja penjualan dan pendapatan usaha (Kotler & Keller, 2016). Selain itu, Competitive Strategy Theory menyatakan bahwa diferensiasi dan pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya tarik konsumen (Porter, 1980). Dalam perspektif ekonomi syariah, penerapan strategi pemasaran yang menjunjung kejujuran, transparansi, dan keadilan akan meningkatkan kepercayaan konsumen serta keberlanjutan usaha (Alom & Haque, 2011).

Pengaruh Modal Kerja terhadap Kesejahteraan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas. Modal kerja yang memadai mampu meningkatkan kapasitas usaha dan pendapatan, sehingga membantu pedagang memenuhi kebutuhan hidup keluarga serta mencapai kesejahteraan yang mencakup aspek material, sosial, dan spiritual. Dalam perspektif ekonomi syariah, kesejahteraan tidak hanya dinilai dari besarnya pendapatan, tetapi

juga dari kemampuan menjalankan usaha secara halal dan sesuai prinsip syariah agar memperoleh keberkahan.

Temuan ini sejalan dengan Household Economic Theory yang menempatkan modal sebagai sumber utama pemenuhan kebutuhan rumah tangga (Becker, 1981) serta Sustainable Livelihood Framework yang menegaskan peran modal finansial sebagai pilar kesejahteraan (Chambers & Conway, 1992). Selain itu, dalam perspektif Islam, konsep *maqāṣid al-syarī‘ah* menekankan bahwa kesejahteraan mencakup perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta sebagai tujuan utama pembangunan ekonomi yang berkeadilan (Mustafa, 2019).

Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kesejahteraan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas. Strategi pemasaran yang efektif, khususnya melalui pemanfaatan pemasaran digital, tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga mendukung stabilitas usaha, kepuasan kerja, dan kualitas hidup pedagang. Perluasan jangkauan pasar melalui pemasaran yang adaptif membantu pedagang mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Dalam perspektif ekonomi syariah, strategi pemasaran yang dijalankan secara jujur, transparan, dan bertanggung jawab akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan berdampak positif terhadap pendapatan serta kesejahteraan pedagang. Temuan ini sejalan dengan Consumer Behavior Theory yang menyatakan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan kinerja penjualan (Kotler, 2017), serta Shared Value Theory yang menegaskan bahwa praktik bisnis yang etis mampu menciptakan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial (Porter & Kramer, 2011).

Pengaruh Pendapatan terhadap Kesejahteraan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas. Pendapatan yang stabil memungkinkan pedagang memenuhi kebutuhan dasar, meningkatkan kualitas hidup, serta menyiapkan tabungan dan investasi untuk masa depan. Pendapatan harian menjadi indikator utama keberhasilan usaha karena berkaitan langsung dengan keberlanjutan operasional dan pemenuhan kebutuhan keluarga.

Dalam perspektif ekonomi syariah, pendapatan yang halal menjadi fondasi kesejahteraan material dan spiritual karena membawa keberkahan dalam kehidupan

pedagang. Temuan ini sejalan dengan Welfare Economics Theory yang menyatakan bahwa peningkatan pendapatan berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan (Pigou, 1920) serta Income Determination Theory yang menegaskan peran pendapatan dalam menentukan daya beli dan tingkat hidup masyarakat (Keynes, 1936). Dalam ekonomi Islam, pendapatan halal dipandang sebagai sarana mencapai kesejahteraan yang menyeluruh (Chapra, 2000).

Peran Pendapatan sebagai Variabel Mediasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara modal kerja dan strategi pemasaran terhadap kesejahteraan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo. Pengaruh tidak langsung melalui pendapatan terbukti lebih kuat dibandingkan pengaruh langsung, yang mengindikasikan bahwa peningkatan modal kerja dan penerapan strategi pemasaran akan lebih efektif dalam meningkatkan kesejahteraan apabila mampu mendorong peningkatan pendapatan pedagang.

Temuan ini sejalan dengan Income Mediation Theory yang menegaskan bahwa pendapatan berfungsi sebagai penghubung antara faktor produksi dan kesejahteraan (Adams, 2004). Dalam perspektif ekonomi syariah, pendapatan yang diperoleh dari pengelolaan modal dan strategi pemasaran yang halal akan membawa keberkahan serta meningkatkan kesejahteraan pedagang secara material dan spiritual (Beekun, 1997).

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Modal kerja dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo. Ketersediaan modal kerja berperan penting dalam meningkatkan kapasitas usaha dan penjualan, sementara strategi pemasaran yang adaptif, khususnya melalui pemanfaatan media sosial, mampu memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan pedagang.

Selain itu, modal kerja, strategi pemasaran, dan pendapatan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan pedagang. Pendapatan menjadi faktor kunci dalam mewujudkan kesejahteraan material, sosial, dan spiritual sesuai perspektif ekonomi syariah, serta terbukti mampu memediasi pengaruh modal kerja dan strategi pemasaran terhadap kesejahteraan, sehingga peningkatan kesejahteraan pedagang akan lebih optimal melalui peningkatan pendapatan usaha.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu data yang dikumpulkan melalui kuesioner berpotensi mengandung bias subjektivitas responden. Selain itu, penelitian hanya menelaah dua variabel independen, yakni modal kerja dan strategi pemasaran, sehingga faktor lain yang memengaruhi pendapatan dan kesejahteraan belum dikaji. Objek penelitian juga terbatas pada pedagang pakaian bekas di Kota Gorontalo, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke wilayah atau jenis usaha lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pedagang pakaian bekas disarankan meningkatkan pengelolaan modal kerja dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital sesuai prinsip ekonomi syariah. Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan melalui pelatihan, literasi keuangan, dan akses permodalan. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain serta memperluas objek dan wilayah penelitian agar hasilnya lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, R. H. (2004). Economic growth, inequality, and poverty: Estimating the growth elasticity of poverty. *World Development*, 32(12), 1989–2014.
- Alom, M. M., & Haque, M. S. (2011). Marketing: An Islamic perspective. *World Journal of Social Sciences*, 1(3), 71–81.
- Antu, M., Maskoromo, & Rindengan. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 6(2), 115–128.
- Becker, G. S. (1981). *A treatise on the family*. Cambridge: Harvard University Press.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic business ethics*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
- Chambers, R., & Conway, G. (1992). Sustainable rural livelihoods: Practical concepts for the 21st century. *IDS Discussion Paper*, No. 296.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Ghozali, I. (2016). *Applikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, L. J. (2018). *Principles of managerial finance* (14th ed.). Boston: Pearson Education.
- Hidayah, A. P. N., Purbawangsa, I. B. A., & Abundanti, N. (2021). Pengaruh literasi

- keuangan, perencanaan keuangan, dan pendapatan terhadap kesejahteraan keuangan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(7), 672–689.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. London: Macmillan.
- Knight, G. (2000). Entrepreneurship and marketing strategy: The SME under globalization. *Journal of International Marketing*, 8(2), 12–32.
- Kotler, P. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, L. (2019). Penerapan strategi pemasaran dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 475–484.
- Lestari, L., Ahmad, L. A. A., Aziz, M. A., Suryaman, A., & Handayani, S. (2022). Manajemen modal kerja dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah (AKSY)*, 4(2), 85–102.
- Mustafa, D. (2019). Maqasid al-shariah sebagai indikator kesejahteraan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 45–58.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187–221.
- Novarianti, A. D., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh tren fashion terhadap minat beli pakaian bekas. *Senmabis: Conference Series*, 1(1), 29–36.
- Nursalim, M., & Khamidi, A. (2025). Kesejahteraan pelaku UMKM dalam perspektif ekonomi Islam: Studi literatur. *Widyaloka*, 12(1), 49–66.
- Pigou, A. C. (1920). *The economics of welfare*. London: Macmillan.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(1), 13–28.
- Rizal, M. (2022). Analisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123–135.
- Safitri, H. (2018). Pengaruh modal usaha terhadap perkembangan usaha mikro dan kecil. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 45–56.
- Santoso, S. (2012). *Analisis SEM menggunakan AMOS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Sodiq, A. (2015). Konsep kesejahteraan dalam Islam. *Equilibrium*, 3(2), 380–405.
- Suardi, D. (2021). Makna kesejahteraan dalam perspektif ekonomi Islam. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 321–334.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, M. W. A., & Andriasari, D. (2022). Bisnis pakaian impor bekas sebagai tindak pidana perdagangan. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 2(2).