

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri pakaian bekas (*second-hand clothing*), telah menjadi fenomena yang menarik perhatian konsumen khususnya di kalangan generasi muda. Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara-negara maju, namun juga di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Damsar (2005) menjelaskan bahwa pertumbuhan fenomena penjualan pakaian bekas memiliki keterkaitan erat dengan krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997. Menurutnya, pada masa tersebut masyarakat dituntut untuk lebih cermat dalam mengelola keuangan guna memuaskan keperluan pribadi. Selain itu impor pakaian bekas terjadi karena produksi pakaian dalam negeri belum mampu mencukupi seluruh kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, konsumsi pakaian bekas impor yang masih layak pakai menjadi salah satu solusi alternatif yang dipilih.

Saat ini banyak alternatif untuk menunjang penampilan agar terlihat *fashionable* tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya, salah satunya adalah membeli pakaian bekas. Harga yang murah menjadi alasan utama masyarakat membeli pakaian bekas. Jika dibandingkan pakaian baru, dengan merek yang sama, tentu harga yang ditawarkan pun jauh berbeda. Harga terjangkau, kualitas unggul, dan merek terkenal menarik minat konsumen untuk memperoleh pakaian bekas, terutama yang datang dari negara asing (Monika et al., 2024).

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *goodstats*, mayoritas responden, yaitu sekitar 49,4% menyatakan pernah melakukan pembelian pakaian bekas, sementara itu sekitar 34,5% belum pernah melakukan pembelian pakaian bekas dan sebanyak 16,1% menyatakan untuk tidak akan pernah mencoba melakukan pembelian pakaian bekas (Hidayah, 2023).

Tabel 1. 1 Barang Impor Thrift di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Barang Impor (ton)
1	2019	417,73
2	2020	64
3	2021	8
4	2022	26,22
5	2023	12,9
6	2024	1.627

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui laporan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 tercatat angka impor pakaian bekas mencapai 417,73 ton. Namun angka tersebut menurun drastis pada tahun 2020 – 2023. Penurunan tersebut dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Pada tahun 2024, terdapat lonjakan yang sangat signifikan dalam impor pakaian bekas. Hingga Juni 2024, volume impor tercatat melonjak menjadi 1.627 ton dengan nilai barang Rp 6,1 miliar (BPS, 2024). Kenaikan impor pakaian bekas yang signifikan pada tahun 2024 dapat dilihat sebagai indikasi adanya perubahan pola konsumsi di masyarakat, dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak konsumen yang memilih pakaian bekas dibandingkan pakaian baru.

Dalam konteks ekonomi, meskipun pakaian bekas dapat menjadi alternatif yang lebih terjangkau bagi banyak konsumen, ketergantungan yang terlalu besar pada impor pakaian bekas berpotensi menghambat perkembangan industri tekstil dalam negeri. Selain itu, usaha konveksi kecil dan penjahit lokal akan mengalami penurunan permintaan dan harus bersaing dengan produk impor. Kedepannya hal ini dapat menyebabkan penurunan produktivitas pasar domestik di sektor garmen dan konveksi, yang pada akhirnya berdampak pada masalah sosial seperti meningkatnya angka pengangguran (Pesoth dkk., 2024). Oleh karena itu, penting untuk menciptakan keseimbangan antara konsumsi pakaian bekas dan penguatan sektor industri tekstil domestik, agar keduanya dapat berkembang secara berkelanjutan.

Fenomena impor pakaian bekas ini juga menjadi sorotan dalam konteks perdagangan internasional dan kebijakan ekonomi. Di satu sisi, impor pakaian bekas memenuhi kebutuhan pasar akan produk fashion dengan harga terjangkau. Namun disisi lain impor pakaian bekas dapat mengancam industri tekstil dalam negeri dan keberlangsungan UMKM (Muiz dkk., (2023). Pemerintah Indonesia sendiri telah mengambil langkah tegas dengan melarang impor pakaian bekas. Kebijakan ini bertujuan untuk melindungi industri tekstil dalam negeri dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 tentang Perubahan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor, pakaian bekas merupakan barang yang dilarang impor. Pelarangan impor tersebut terjadi karena dapat menimbulkan resiko kesehatan dan ekonomi karena tidak diketahui asal barang dan kondisi tingkat keamanannya (Fatah dkk., 2023). Sebagaimana temuan dari pengujian yang dilakukan oleh Kemendag di Balai Pengujian Mutu Barang menunjukkan bahwa adanya kandungan jamur kapang di sampel pakaian bekas impor. Menurut Ardini Raksanagara, seorang Pakar Kesehatan Masyarakat, jamur tersebut tumbuh karena kondisi pakaian yang lembab. Pakaian bekas umumnya disimpan dalam periode tertentu di gudang sebelum proses impor dilakukan, hal itu menyebabkan kelembapan dan mendukung pertumbuhan jamur (Saputra, 2022).

Selain menimbulkan bahaya kesehatan, pakaian bekas juga menimbulkan bahaya ekonomi. Menurut Deputy Bidang UKM Kemenkop UKM Hanung Harimba Rachman bahwa *thrifting* di Indonesia dapat mengganggu pasar UMKM dan merusak ekosistem. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) juga secara tegas menentang bisnis jual beli pakaian impor bekas. Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menjelaskan bahwa penolakan terhadap impor pakaian bekas bertujuan untuk menjaga keberlanjutan produk UMKM khususnya di sektor tekstil dan produk tekstil. Jika kondisi tersebut terus berlanjut dikhawatirkan produsen tekstil, terutama pelaku UMKM bangkrut (Syahril, 2023).

Meskipun terdapat larangan impor pakaian bekas tetapi permintaan pakaian bekas di Indonesia semakin meningkat khususnya di Kota Jambi. Terbukti dengan semakin maraknya perdagangan pakaian bekas di Kota Jambi. Mulanya masyarakat hanya mengetahui pasar BJ (Bekas Jambi) yang berada di Angso Duo sebagai pelopor tempat jual-beli barang bekas seperti baju, sepatu, selimut, jaket dan barang-barang lainnya. Saat ini sudah banyak pasar tradisional yang menjual-belikan pakaian bekas di Kota Jambi yaitu Pasar Angso Duo, Pasar Talang Banjar, Pasar Auduri, Pasar Arizona, Pasar Simpang Pulai dan pasar lainnya (Herliyanto, 2024).

Tabel 1.2 Data Jumlah Toko *Thrift* di Kota Jambi

No	Nama Toko <i>Thrift</i>	Alamat
1	<i>Thrift</i> Audy	Talang Bakung
2	Narin <i>Thrift</i>	Palmerah
3	Glow <i>Thrift</i>	Palmerah
4	Caesa <i>Thrift</i>	Broni
5	Cenna <i>Thrift</i>	Handil
6	FR Store Arizona	Arizona
7	Black Secondhand & Black <i>Thrift</i> ing	Arizona
8	Raisha <i>Thrift</i> shop	Arizona
9	RR Store Arizona	Arizona
10	<i>Thrift</i> ing By Kaloy	Arizona
11	Sayang Bibik <i>Thrift</i>	Arizona
12	Friend Arizona <i>Thrift</i> ing	Arizona
13	Pasar Jongkok	Arizona
14	<i>Thrift</i> Audy	Arizona
15	Kenzie <i>Thrift</i> shop	Talang Banjar
16	Talbar Store Second	Talang Banjar
17	Feminime Stuff	Talang Banjar
18	Jejeshop	Jelutung
19	Black and Sweet <i>Thrift</i> Jambi	Jelutung

20	Pekmol Store	Jelutung
21	<i>Thrift Jbi</i>	Jelutung
22	Sweetclth	Kasang Jaya
23	<i>Ama Thrifting</i>	Kota Baru
24	All Second	Simpang 16
25	Treasure <i>Thrift Jbi</i>	Simpang Pulai
26	<i>69 Thrift</i>	Mayang
27	<i>Onokabe Thrift</i>	Mayang
28	<i>GG Thrift Shop</i>	Mayang
29	<i>Buybuy Thrift Jbi</i>	Mayang
30	Woohoochic	Kenali Besar
31	Zelby Store	Kenali besar

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Dilihat dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah toko *thrift* di Jambi mengalami variasi di setiap wilayah. Beberapa daerah memiliki jumlah toko *thrift* yang lebih banyak dibandingkan yang lain, menunjukkan bahwa tren *thrifting* semakin populer di kalangan masyarakat. Faktor-faktor seperti kepadatan penduduk, daya beli, dan minat terhadap barang bekas berkualitas kemungkinan berpengaruh terhadap persebaran toko-toko tersebut. Dengan meningkatnya kesadaran akan gaya hidup berkelanjutan, jumlah toko *thrift* di Jambi berpotensi terus bertambah di masa mendatang.

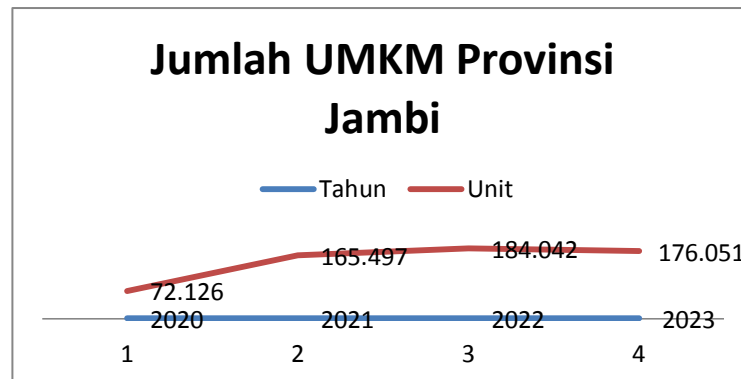
Fenomena pakaian bekas yang terjadi di Arizona, Kota Jambi, akhir-akhir ini banyak diperbincangkan di kalangan masyarakat maupun media sosial. Toko-toko di Arizona, Kota Jambi ini menyediakan berbagai jenis pakaian bermerek impor dan dijual dengan harga yang relatif terjangkau. Para penjual pakaian bekas ini mengimpor dagangan mereka dari luar negeri, melewati pelabuhan-pelabuhan yang ada di Indonesia, seperti Pelabuhan Dumai, Pelabuhan Kuala Tungkal, dan Pelabuhan Tanjung Jabung Timur yang menjadi pelabuhan utama bagi para penjual pakaian bekas di Sumatera, khususnya Jambi. Barang-barang bekas yang dijual banyaknya didapat dari negara Singapura, Malaysia, dan Thailand.

Pakaian bekas yang dijual di area Arizona, Kota Jambi, adalah pakaian yang masih layak pakai, bahkan masuk dalam kategori baik, tidak jarang juga menemukan banyak pakaian bermerek dengan harga yang terjangkau. Setiap Jum'at, ada beberapa toko pakaian bekas rutin mengadakan aktivitas bongkar, yakni membongkar barang-barang yang akan di obral dengan harga yang murah. Hal inilah yang menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen lebih cenderung membeli pakaian bekas daripada pakaian yang baru.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, maraknya perdagangan pakaian bekas impor di wilayah Arizona, Kota Jambi, memicu persaingan ketat antara UMKM *fashion* lokal. Banyak pelaku UMKM *fashion* lokal yang bergerak di bidang sektor pakaian baru, yang berada di sekitar wilayah Kota Jambi, merasa kesulitan bersaing karena harga yang ditawarkan pakaian bekas impor jauh lebih murah dibandingkan pakaian baru. Kondisi ini membuat konsumen lebih cenderung memilih pakaian bekas karena dianggap lebih terjangkau, meskipun kualitasnya tidak selalu lebih baik.

Akibat dari persaingan yang tidak seimbang tersebut, banyak pelaku UMKM yang menjual pakaian baru mengeluhkan penurunan penjualan secara drastis. Tidak sedikit dari mereka yang akhirnya memilih menutup usahanya karena tidak mampu lagi menutupi biaya operasional. Fenomena ini dapat terlihat dari semakin banyaknya toko-toko pakaian baru yang tutup di beberapa pusat perdagangan di Kota Jambi. Keberadaan pakaian bekas impor ini secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dampak terhadap keberlangsungan usaha para pelaku UMKM di sektor *fashion* lokal khususnya di bidang sektor pakaian baru.

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Provinsi Jambi



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah UMKM di Provinsi Jambi mengalami perkembangan yang signifikan. Pada tahun 2020, tercatat 72.126 unit UMKM. Angka ini meningkat drastis pada tahun 2021 menjadi 165.497 unit. Pada tahun 2022, jumlah UMKM kembali mengalami peningkatan menjadi 184.042 unit. Namun pada tahun 2023, jumlah UMKM mengalami sedikit penurunan menjadi 176.051 unit UMKM (BPS, 2024). Penurunan ini sebagian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk maraknya peredaran pakaian bekas impor yang berada di Arizona Kota Jambi yang mempengaruhi daya saing produk lokal, khususnya di sektor usaha mikro dan kecil yang bergerak di bidang tekstil dan pakaian.

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang ditunjukkan konsumen saat mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan barang dan jasa yang diharapkan akan memenuhi keperluan konsumen (Schiffman & Kanuk, 2000). Perilaku ini mencakup studi mengenai proses pembelian dan pertukaran yang mencakup perolehan produk dan layanan, pengalaman, maupun ide (Mowen & Minor, 2002).

Pola perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler menyatakan bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh ciri-ciri pribadi konsumen, selain itu juga oleh stimulus pemasaran dari perusahaan yang termasuk barang, harga, lokasi, dan promosi. Faktor-faktor ini mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian dan dapat menghasilkan keputusan yang

berbeda dalam hal pemilihan produk, merek, saluran distribusi, waktu pembelian maupun jumlah pembelian (Kotler & Keller, 2009).

Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi bukan berarti pemenuhan hasrat seksual atau kebutuhan dasar, tetapi harus ditunjukkan ke akhirat melalui niat baik sebagai layak melakukan perbuatan baik (Syaparuddin, 2021). Tujuan konsumsi dalam Islam adalah berharap keridhaan Allah Swt, mewujudkan kerjasama antar anggota masyarakat dan tersedianya jaminan sosial, rasa tanggung jawab pribadi terhadap diri sendiri, keluarga dan kesejahteraan sosial sebagai bagian dari mendorong kegiatan ekonomi dan dinamisme serta meminimalisir pengali menggali sumber mata pencarian masyarakat (Amir 2017).

Perilaku konsumen muslim merupakan proses dan aktivitas yang dilakukan seseorang muslim dalam memilih, membeli dan menggunakan barang dan jasa untuk mendapatkan masalah yang maksimal (Syaparuddin, 2021). Sebagaimana disebutkan dalam Q.S al-Maidah ayat 87-88 :

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagimu, dan janganlah kamu melampaui batas, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya”*

Ayat diatas menjelaskan bahwa sebagai konsumen Muslim seharusnya jangan mengharamkan perkara yang boleh dibolehkan. Tidak hanya aspek halal haram yang menjadi batasan konsumsi tetapi juga harus memperhatikan yang baik, cocok, bersih, dan tidak menjijikkan. Sebagai konsumen Muslim juga harus memenuhi kebutuhannya secara wajar dan tidak berlebih-lebihan agar tidak menimbulkan efek buruk kedepannya.

Dalam konteks konsumen Muslim, keputusan pembelian tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai ajaran Islam. Islam sebagai agama yang menyeluruh (*syumul*) mengatur segala aspek kehidupan manusia dalam berakidah, beribadah dan bermuamalah, di mana yang satu dengan yang lainnya saling berhubungan erat (Harahap, 2020). Salah satu kerangka penting dalam memahami etika konsumsi dalam Islam adalah *Maqasid Syariah*.

Menurut Al Ghazali penjagaan terhadap maksud dan tujuan syari'ah

adalah upaya mendasar untuk bertahan hidup menahan faktor-faktor kerusakan dan mendorong terjadinya kesejahteraan. Asy-Syatibi mengatakan bahwa dalam syariat Islam bertujuan untuk memelihara lima hal yaitu pemeliharaan terhadap agama (*Hifdz-Din*), penjagaan terhadap jiwa (*Hifz-Nafs*), penjagaan terhadap akal (*Hifdz-Aql*'), penjagaan terhadap keturunan (*Hifz-Nasl*) dan penjagaan terhadap harta (*Hifdz-Mal*) (Fauzia & Riyadi, 2014). Urgensi dalam *maqashid syariah* salah satunya adalah perilaku konsumsi yang mempertimbangkan manfaat (*maslahah*) dari produk yang di konsumsi.

Dengan terjadinya perilaku konsumsi pakaian bekas yang berdampak terhadap UMKM lokal yang menjual pakaian baru mengakibatkan berbagai implikasi mulai dari melemahnya permintaan terhadap produk pakaian baru hingga potensi ketimpangan ekonomi anatra UMKM lokal yang menjual pakaian baru dan toko-toko yang menjual pakaian bekas/*thrift*. Hal ini dikarenakan perubahan pola konsumsi di kalangan masyarakat, dimana konsumen Muslim mulai memilih pakaian bekas sebagai alternatif dari pakaian baru yang diproduksi industri lokal.

Berdasarkan latar belakang di atas dan fenomena yang telah peneliti uraikan maka peneliti berfokus pada perilaku konsumen Muslim dalam pengambilan keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift* serta implikasinya terhadap UMKM lokal. Maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pembelian Pakaian Bekas (*Thrift*) : Analisis *Maqashid Syariah* dan Implikasinya Terhadap UMKM Lokal di Kota Jambi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang dapat diambil di penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Perilaku Konsumen Muslim pada keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift*?
2. Bagaimana Implikasi keputusan pembelian pakaian bekas terhadap keberlangsungan UMKM lokal di Kota Jambi?
3. Bagaimana Tinjauan *Maqashid Syariah* pada Perilaku Konsumen Muslim dalam keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift* serta Implikasinya terhadap UMKM Lokal di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis Perilaku Konsumen Muslim pada keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift*
2. Untuk menganalisis Implikasi keputusan pembelian pakaian bekas terhadap keberlangsungan UMKM lokal di Kota Jambi
3. Untuk menganalisis Tinjauan *Maqashid Syariah* pada Perilaku Konsumen Muslim dalam keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift* serta Implikasinya terhadap UMKM Lokal di Kota Jambi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat menambah wawasan tentang perilaku konsumen Muslim terhadap keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift* dan Implikasinya terhadap keberlangsungan UMKM Lokal berdasarkan perspektif *Maqashid Syariah*.
 - b. Sebagai bahan referensi dan literatur mengenai perilaku konsumen Muslim terhadap keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift* dan

Implikasinya terhadap keberlangsungan UMKM Lokal berdasarkan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta pemahaman lebih dalam mengenai perilaku konsumen Muslim terhadap keputusan pembelian pakaian bekas dan Implikasinya terhadap UMKM Lokal berdasarkan *Maqashid Syariah*.

b. Bagi UMKM Lokal

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang preferensi dan pola konsumsi konsumen terhadap pakaian bekas. Dengan wawasan ini, UMKM lokal dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka untuk lebih menarik konsumen, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan serta menjadi referensi penelitian berikutnya yang serupa.