

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Penyajian Fakta dan Data Penelitian

1. Deskripsi Informan

Informan dalam penelitian ini adalah konsumen Muslim *thrift* Kota Jambi. Informan ini diambil sebanyak 10 orang untuk menilai Perilaku Konsumen Muslim terhadap keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift*.

a. Deskripsi Informan Berdasarkan Usia

Tabel 5. 1
Deskripsi Informan Berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
17-25 tahun	10	100%
26-30 tahun	0	0%
31-50 tahun	0	0%
Total	10	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh informan dalam penelitian ini berada pada rentang usia 17-25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap pembelian pakaian bekas.

b. Deskripsi Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi Informan berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua kelompok, seperti pada tabel dibawah ini

Tabel 5. 2
Deskripsi Informan Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	0	0%
Perempuan	10	100%
Total	10	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 10 Informan dengan persentase 100%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam keterlibatan terhadap perilaku konsumsi pakaian bekas.

c. Deskripsi Informan Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi Informan berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. 3
Deskripsi Informan Berdasarkan Pekerjaan

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	8	80%
Wiraswasta	0	0%
Pegawai Negeri Sipil	0	0%
Pegawai Swasta	2	20%
Total	10	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa dari 10 informan, mayoritas merupakan pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 8 orang. Sementara itu, informan yang berstatus sebagai pegawai swasta hanya berjumlah 2 orang. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen Muslim terhadap keputusan pembelian pakaian bekas/*thrift* cenderung lebih banyak diminati kalangan pelajar/mahasiswa.

2. Data UMKM

UMKM merupakan salah satu usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM mampu mengatasi beberapa permasalahan ekonomi negara dengan menghasilkan barang/jasa yang dihasilkan yang diperuntukkan kepada masyarakat, mengatasi masalah pengangguran, dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan.

Tabel 5. 4
Data UMKM

No.	UMKM	Pendapatan UMKM sebelum adanya <i>thrift</i> ing (Perbulan)	Pendapatan UMKM setelah adanya <i>thrift</i> ing (Perbulan)	Penurunan persentase pendapatan
1	Melfyorie Collection	30 Juta	25 Juta	17%
2	Inzha Fashion	35 Juta	25 Juta	29%
3	Dhanty Fashion	20 Juta	10 Juta	50%
4	Mayang Mode	30 Juta	15 Juta	50%
5	Toko Sherpiliang	30 Juta	10 Juta	67%

Sumber : Data Primer diolah, 2025

Data UMKM yang disajikan diatas diperoleh melalui wawancara yang dilakukan penulis dengan pelaku UMKM. Adapun UMKM yang menjadi objek dalam penelitian merupakan usaha yang secara khusus bergerak di bidang penjualan pakaian wanita. Fokus penelitian ini ditujukan pada kelompok UMKM tersebut, khususnya dalam kaitannya dengan kehadiran tren *thrift*. Berdasarkan hasil diatas, didapatkan adanya penurunan pendapatan pelaku UMKM lokal dikarenakan tren penjualan pakaian bekas. Tetapi ada 1 toko yang memiliki sedikit penurunan pendapatan karena mereka memiliki strategi adaptif yang efektif, baik dari segi promosi maupun inovasi produk

5.2 Deskripsi Data Penelitian

A. Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/*Thrift*

Perilaku konsumen muslim merupakan proses dan aktivitas yang dilakukan seorang muslim dalam memilih, membeli dan menggunakan barang dan jasa untuk mendapatkan masalah yang maksimal. Perilaku konsumen dalam Islam, seharusnya mencerminkan keterhubungan diriNya dengan Allah SWT dalam setiap aspek kehidupannya termasuk dalam berbelanja. Konsumen mempertimbangkan beberapa aspek ketika mengambil keputusan pembelian. Islam menganjurkan konsumen muslim agar dapat mempertimbangkan kegunaan produk yang mereka beli ketika mengambil keputusan pembelian, bukan hanya sekedar mengikuti hasrat dan hawa nafsu. Dalam setiap proses, Islam melarang umatnya mengalami kerugian, termasuk dalam hal pembelian. Manusia perlu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memilih hal yang baik dan menghindari yang buruk. Di dalamnya termasuk pula proses pengambilan keputusan serta penentuan terhadap tindakan yang akan dilakukan sehubungan dengan kegiatan konsumsi tersebut.

1) Prinsip Keadilan

Konsumsi Islami harus bisa membentuk sebuah distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil. Prinsip keadilan dalam konsumsi mengandung makna bahwa

umat Islam harus mencari rezeki dari sumber yang halal dan sesuai hukum. Keadilan berarti menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan hak kepada yang berhak. Dalam konteks ekonomi, hal ini menuntut konsumen untuk mendahulukan kebutuhan daripada sekadar keinginan pribadi demi kepuasan semata.

Konsumen Muslim melakukan kegiatan konsumsi setiap hari untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Munculnya berbagai tren *fashion* terutama tren *thrifting* mengakibatkan meningkatnya konsumsi pakaian bekas di Kota Jambi. Dalam Islam, perilaku konsumsi seorang Muslim seharusnya mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah.

Dalam penelitian ini, mayoritas konsumen Muslim di kota Jambi lebih sering membeli pakaian bekas dibandingkan pakaian baru dari UMKM lokal. Konsumen Muslim semestinya menempatkan pilihan konsumsi secara adil, tidak hanya memperhatikan kebutuhan pribadi tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara di mana Selvia mengatakan :

“Aku lebih sering beli pakaian bekas, soalnya lebih murah, modelnya juga banyak. Kalo beli baju baru si sesuai kebutuhan aja”

Selvia, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa keputusan konsumsi lebih didorong oleh preferensi pribadi seperti harga dan gaya, tanpa mempertimbangkan dampak sosial terhadap UMKM lokal. Konsumsi yang hanya berpihak pada *thrift* tidak mencerminkan proporsionalitas sebagaimana nilai keadilan dalam Islam, karena UMKM sebagai produsen lokal menjadi terpinggirkan. Sedangkan Informan lain menunjukkan kecenderungan yang lebih adil dalam perilaku konsumsi, Ridha menyatakan :

“kalo aku lebih sering beli baju baru dari UMKM lokal, karena menurut aku lebih enak aja pake baju baru daripada baju bekas kan ngebantu UMKM juga”

Ridha, Konsumen Thrift, 20 Maret 2025

Berbeda dari sebelumnya, pernyataan ini mencerminkan kesadaran konsumen terhadap keseimbangan antara kebutuhan pribadi dan kebermanfaatan sosial. Informan lebih sering membeli pakaian bekas/*thrift* untuk membantu UMKM lokal. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam konsumsi belum sepenuhnya dipahami atau diterapkan oleh semua konsumen Muslim di Kota Jambi. Padahal, keadilan merupakan prinsip pokok dalam Islam.

2) Prinsip Kebersihan

Prinsip kebersihan menekankan bahwa produk yang dikonsumsi harus dalam kondisi baik, layak, dan tidak menjijikkan, agar tidak mengganggu selera maupun kesehatan. Dalam Islam, kebersihan merupakan sebagian dari iman. Rasulullah SAW bersabda :

“Kebersihan adalah sebagian dari iman” (HR. Muslim).

Oleh karena itu, seorang Muslim dituntut untuk menjaga kebersihan diri dan barang yang digunakannya, termasuk dalam hal berpakaian. Prinsip *nazhafah* tidak hanya menuntut kebersihan secara fisik, tetapi juga menjaga kesucian (*thaharah*) dan kesehatan. Dalam konteks konsumsi pakaian bekas/*thrift*, kebersihan menjadi aspek penting karena pakaian tersebut merupakan barang yang telah digunakan oleh orang lain dan tidak diketahui kondisi sebelumnya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki kesadaran tinggi terhadap aspek kebersihan ini. Mereka tidak hanya memilih pakaian bekas karena harga atau model, tetapi juga memahami pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan setelah membelinya. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Dinda :

“kalo beli baju bekas, aku pasti cuci dulu dua kali. Kadang juga rendam air panas dulu biar steril, baru dipakai”

Dinda, Konsumen Thrift, 20 Maret 2025

Begitu pula dengan Aprilia yang menyatakan :

“biasanya aku pilih yang udah dilaundry di toko, tapi tetap aku cuci ulang di rumah. Soalnya kita nggak tahu bekas siapa”

Aprilia, Konsumen Thrift, 22 Maret 2025

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim memiliki kepedulian terhadap kebersihan pakaian sebagai bagian dari akhlak Islami. Mereka tidak serta merta menggunakan pakaian hanya karena kelihatan bersih, tetapi tetap melakukan upaya tambahan untuk memastikan kebersihan dan kesucian pakaian tersebut sesuai ajaran Islam yaitu menjaga kebersihan diri dan barang agar terhindar dari hal-hal yang membahayakan, baik secara lahir maupun batin.

3) Prinsip kesederhanaan

Kesederhanaan menuntun umat agar tidak bersikap konsumtif secara berlebihan, karena berlebih-lebihan dapat menimbulkan kerusakan. Dari sisi ekonomi, pengeluaran yang melampaui batas (berlebih lebihan) akan menimbulkan kemalasan, pemborosan, serta tumbuhnya industri-industri yang tidak produktif dan mewah.

Al-Qur'an mengambil jalan tengah dalam mengkonsumsi sesuatu, tidak berlebih-lebihan dan juga tidak berpantang dari kenikmatan yang baik dan suci. Prinsip kesederhanaan menekankan pentingnya sikap tengah (moderat) dalam konsumsi, di mana seorang Muslim tidak bersikap boros/*israf* maupun kikir. Dalam konteks konsumsi pakaian bekas, kesederhanaan dapat terlihat dari cara seseorang memenuhi kebutuhannya secara wajar, tanpa mengikuti hawa nafsu atau sekadar tren yang berlebihan.

Hal ini Sebagaimana yang dinyatakan oleh Novi :

“aku beli seperlunya aja, kalau lagi butuh tapi pengen hemat aku beli baju bekas”

Novi, Konsumen Thrift, 22 Maret 2025

Pernyataan ini mencerminkan penerapan prinsip kesederhanaan, di mana konsumen tidak terjebak dalam budaya konsumsi berlebihan, tetapi tetap menjaga penampilan dan memenuhi kebutuhan secara seimbang. Konsumen seperti ini sudah memperhatikan nilai-nilai Islam dalam mengelola harta dan nafsu belanja, dengan tetap bersikap bijak dalam membelanjakan uang.

Namun di sisi lain, terdapat pula konsumen yang belum sepenuhnya mencerminkan kesederhanaan, karena membeli pakaian bekas secara berlebihan meskipun tidak dibutuhkan. Seperti yang diungkapkan oleh Selvia :

“Soalnya kalau ke toko thrift suka kalap, liat baju murah jadi pingin ambil banyak. Padahal kadang belum tentu aku pakai juga”

Selvia, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa alasan berbelanja bukan semata kebutuhan, melainkan didorong oleh keinginan dan godaan harga murah. Meskipun barang *thrift* tergolong ekonomis, jika dilakukan secara *impulsif* dan tidak terkontrol, tetap tidak mencerminkan prinsip kesederhanaan dalam Islam.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa prinsip kesederhanaan dalam konsumsi pakaian bekas telah diterapkan oleh sebagian konsumen Muslim di Kota Jambi, namun sebagian lainnya masih menunjukkan kecenderungan konsumtif walaupun dalam bentuk yang lebih murah. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran untuk mengontrol diri dan berbelanja sesuai kebutuhan perlu terus ditingkatkan, agar perilaku konsumsi tetap selaras dengan nilai-nilai Islam.

4) Kemurahan hati

Kemurahan hati mencerminkan anjuran agar manusia, yang telah dianugerahi berbagai nikmat oleh Allah, juga bersikap dermawan kepada sesama, termasuk dalam hal berbagi konsumsi. Kemurahan hati dalam Islam tidak hanya diwujudkan dalam bentuk memberi harta kepada orang lain, tetapi juga tercermin dari kesediaan seorang Muslim untuk mempertimbangkan manfaat sosial dari setiap perilaku konsumsinya.

Dalam konteks pembelian pakaian, termasuk pakaian bekas, konsumen Muslim idealnya memiliki kesadaran bahwa apa yang mereka pilih juga berdampak pada lingkungan sekitar. Seorang yang murah hati tidak hanya mencari keuntungan untuk dirinya, tetapi juga berusaha memberikan manfaat kepada sesama, seperti dengan tetap mendukung pelaku UMKM lokal, berbagi pakaian layak pakai, atau mendorong perputaran ekonomi di lingkungannya. Namun, dalam wawancara ditemukan bahwa sebagian konsumen belum mencerminkan sikap ini, sebagaimana disampaikan oleh informan

“Aku sih nggak kepikiran sampai situ. Kalau ada yang murah dan bagus ya aku beli aja. Aku jarang beli di UMKM lokal, karena harga dan modelnya biasa aja”

Selvia, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen hanya berorientasi pada manfaat pribadi dan belum memiliki kesadaran sosial dalam berbelanja, padahal kemurahan hati mencakup kepedulian untuk menjaga roda ekonomi masyarakat sekitar. Sikap ini masih bersifat individualistik, bukan partisipatif, sehingga kurang mencerminkan nilai kemurahan hati dalam etika konsumsi Islam. Sebaliknya, beberapa informan menunjukkan sikap yang lebih mencerminkan prinsip kemurahan hati. Sebagaimana dinyatakan oleh informan :

“Aku kadang beli baju UMKM apalagi kalau butuh untuk acara-acara formal walaupun harganya sedikit lebih mahal tapi nggapapa itung-itung dukung produk lokal”

Amel, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Pernyataan ini mencerminkan bahwa konsumen memiliki kesadaran sosial dan empati, serta bersedia mengeluarkan uang bukan hanya demi diri sendiri, tetapi juga untuk keberlangsungan ekonomi orang lain.

Dengan demikian, dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa sikap kemurahan hati dalam perilaku konsumsi pakaian bekas di kalangan konsumen Muslim Kota Jambi masih bervariasi. Sebagian konsumen sudah menunjukkan kepedulian sosial dengan tetap mendukung pelaku UMKM meskipun *thrift* lebih murah, sedangkan sebagian lainnya masih terfokus pada nilai ekonomis pribadi.

Oleh karena itu, nilai kemurahan hati perlu terus ditanamkan dalam kesadaran konsumen Muslim, agar keputusan konsumsinya tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat sekitar.

5) Prinsip Moralitas

Moralitas mengajarkan pentingnya nilai-nilai spiritual dalam konsumsi, seperti mengucapkan nama Allah sebelum makan dan bersyukur setelahnya, sebagai bentuk adab dan kesadaran moral seorang Muslim. Dalam Islam, moralitas merupakan fondasi dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi. Moralitas konsumsi mencakup kesadaran bahwa setiap keputusan membeli harus dilakukan dengan niat yang benar, adab yang baik, dan tidak melanggar prinsip etika Islam. Dalam hal berpakaian, seorang Muslim dituntut untuk menjaga niat, menutup aurat dengan layak, tidak berlebihan, dan tetap bersyukur atas nikmat pakaian yang diperoleh, termasuk ketika memilih untuk membeli pakaian bekas.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menunjukkan adanya kesadaran moral dan etika dalam konsumsi pakaian bekas. Mereka tidak membeli pakaian semata-mata karena tren, melainkan mempertimbangkan kelayakan, kesopanan, dan fungsi barang yang dibeli. Sebagaimana disampaikan oleh Aprilia:

“Aku beli baju thrift karena memang butuh dan pengen hemat. Tapi tetap aku pilih yang sopan dan pantas dipakai.”

Aprilia, Konsumen Thrift, 22 Maret 2025

Begitu pula informan Ridha menyampaikan:

“aku beli baju bekas yang bisa nutupi aurat si, beli juga seperlunya aja.”

Ridha, Konsumen Thrift, 20 Maret 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa konsumen Muslim di Kota Jambi menunjukkan akhlak Islami dalam konsumsi pakaian. Mereka menyadari pentingnya berpakaian dengan sopan, tidak berlebihan, serta menjaga adab dan niat dalam pembelian, meskipun yang dibeli adalah barang bekas. Kesadaran ini

mencerminkan bahwa perilaku konsumsi mereka telah sesuai dengan prinsip moralitas dalam Islam.

B. Implikasi Keputusan Pembelian Terhadap Keberlangsungan UMKM Lokal di Kota Jambi

Pemerintah Indonesia telah menetapkan peraturan untuk melarang kegiatan impor pakaian bekas ke wilayah Indonesia yang terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas yang terdapat dalam Pasal 2 menjelaskan bahwa “pakaian bekas dilarang untuk diimpor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia”. Hal ini dilakukan sebagai upaya melindungi kesehatan masyarakat dan demi menjaga stabilitas perekonomian dalam negeri dengan membangun UMKM dan mengembangkan produk dalam negeri. Namun perkembangan toko bisnis *thrift* yang semakin menjamur menimbulkan dilema tersendiri. Fenomena ini memperlihatkan adanya aktivitas yang berpotensi menyalahi aturan yang termuat dalam Permendagri. Oleh karena itu, legalitas penjualan pakaian *thrift* di Indonesia patut dipertanyakan karena dalam Permendagri tersebut terdapat larangan dalam impor pakaian bekas untuk masuk ke Indonesia.

Pemerintah Indonesia menegaskan bahwa penjualan pakaian bekas impor ini mengganggu industri tekstil dalam negeri. Teten Masduki mengatakan bahwa “tren *thrifting* ini berdampak negatif mulai dari pendapatan negara hingga ke masalah lingkungan”. Adapun sektor yang terkena dampak dari kegiatan jual beli pakaian bekas ini adalah industri tekstil dan produk tekstil (TPT), UMKM hingga menghambat penciptaan lapangan pekerjaan”. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang diungkapkan oleh informan pedagang pakaian wanita.

Tiara mengungkapkan :

“Penjualan kami jalan terus, tapi memang lambat, pendapatannya juga menurun 50% beberapa tahun terakhir”

Tiara, Pemilik Mayang Mode, 26 Maret 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa meskipun bisnis tidak sepenuhnya terhenti, terdapat penurunan performa yang cukup drastis dalam aspek pendapatan. Selain itu banyak pedagang mengaku bahwa mulai merasakan dampak dari maraknya pakaian bekas. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Dhanty :

“Iya kerasa banget sih semenjak adanya penjualan pakaian bekas. Penjualan sempat turun karena banyak yang milih baju bekas karena harganya murah.”

Dhanty, Pemilik Dhanty Fashion, 27 Maret 2025

Berdasarkan pernyataan informan di atas menunjukkan bahwa keberadaan pakaian bekas (*thrift shop*) memberikan dampak langsung terhadap menurunnya penjualan pakaian baru. Hal ini disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih produk dengan harga yang lebih terjangkau. Fenomena tersebut mengindikasikan adanya pergeseran preferensi pasar, di mana nilai ekonomis menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan pernyataan informan yang diungkapkan oleh Gusmarwan:

“Emang agak susah si bersaing dari sisi harga dan keunikan baju bekas”

Gusmarwan, Pemilik Inzha, 27 Maret 2025

Dalam menghadapi kondisi tersebut, sebagian besar pelaku UMKM berusaha bertahan dengan meningkatkan kualitas produk. Namun, strategi ini belum mampu mengimbangi pesatnya perkembangan tren pakaian bekas karena tidak diikuti dengan upaya pemasaran yang optimal. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sherpiliang dan Dhanty yang menyatakan :

“Tetap kasih produk yang bagus”

Sherpiliang, Pemilik Toko Sherpiliang, 29 Maret 2025

“Meningkatkan kualitas saja”

Dhanty, Pemilik Dhanty Fashion, 27 Maret 2025

Berdasarkan pernyataan wawancara diatas menunjukkan bahwa pelaku UMKM lokal hanya meningkatkan kualitas dan memberikan produk terbaik tetapi tidak diikuti dengan pemasaran digital. Hal ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar, sehingga produk-produk yang mereka hasilkan sulit dikenal oleh konsumen yang lebih luas khususnya kalangan anak muda yang cenderung aktif di media sosial dan lebih responsif terhadap promosi digital

Selain itu, ada juga pelaku UMKM yang mencoba beradaptasi dengan meng-upgrade produk agar lebih kekinian serta melakukan promosi digital.

Sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Putri bahwa :

“Kami coba inovasi lewat desain, kualitas yang lebih oke, sama makin gencar promosi di sosial media”

Putri, Karyawan Melfyorie Collection, 28 Maret 2025

Strategi ini terbukti efektif dalam meminimalkan dampak negatif dari meningkatnya penjualan pakaian bekas di pasaran. UMKM tersebut mampu beradaptasi secara strategis terhadap perubahan pasar, termasuk maraknya tren pembelian pakaian bekas. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kualitas produk saja tidak cukup untuk memastikan keberlangsungan usaha tetapi dibutuhkan pula kreativitas dan keterampilan memasarkan.

C. Tinjauan *Maqashid Syariah* Mengenai Perilaku Konsumen Muslim Pada Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/*Thrift* dan Implikasinya Terhadap UMKM Lokal di Kota Jambi

Dalam Islam, perilaku konsumsi tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi, tetapi juga dilihat dari tujuan-tujuan syariah yang lebih luas yang dikenal dengan istilah *maqashid syariah*. *Maqasid Syariah* diartikan sebagai sasaran utama dari ditetapkannya hukum-hukum Islam. *Maqasid Syariah* merupakan konsep fundamental dalam ilmu ushul fiqh yang berorientasi pada tujuan ditetapkannya hukum syariah. *Maqashid Syariah* merupakan upaya untuk mencapai kemaslahatan bagi manusia dan menghilangkan kemudharatan.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat ditemukan bahwa sebagian besar konsumen Muslim di Kota Jambi menunjukkan kesadaran untuk tetap menjaga nilai-nilai agama dalam berpakaian. Meskipun memilih pakaian bekas, mereka tetap memastikan bahwa pakaian tersebut sopan dan menutup aurat, sehingga tetap mencerminkan sikap menjaga agama.

Dini mengatakan :

“Walaupun bajunya bekas, saya tetap pilih yang panjang, nggak terbuka. Harus tetap sesuai aturan agama”

Dini, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Di sisi lain, kesadaran terhadap aspek kebersihan juga cukup kuat. Sebagian besar konsumen memilih toko yang mencuci pakaian terlebih dahulu, atau mereka akan mencuci ulang di rumah sebelum dipakai. Hal ini mencerminkan upaya menjaga kesehatan atau *hifdz-nafs*, seperti disampaikan oleh Lia :

“Saya pastikan bajunya udah dicuci dulu, kalau belum ya saya cuci sendiri dua kali, takut kuman”

Sinta, Konsumen Thrift, 25 Maret 2025

Namun, dalam hal penggunaan akal, tampak bahwa tidak semua konsumen bersikap rasional. Beberapa dari mereka mampu mengendalikan diri dan membeli

sesuai kebutuhan. Akan tetapi, ada juga yang membeli secara *impulsif* hanya karena tertarik pada harga murah dan model unik, yang justru berpotensi menimbulkan pemborosan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Selvia :

“Karena murah terus kalau lihat yang lucu-lucu suka khilaf tadinya niat beli satu jadi beli 2 bahkan 3”

Selvia, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Sikap seperti ini kurang mencerminkan prinsip *hifdz-aql*, karena keputusan tidak didasarkan pada pertimbangan akal yang sehat, melainkan dorongan emosional sesaat. Padahal dalam Islam, akal harus menjadi dasar dalam bertindak untuk menghindari pemborosan dan menimbulkan penyesalan di kemudian hari.

Aspek menjaga keturunan atau *hifdz-nasl* juga tercermin dalam cara berpakaian konsumen. Beberapa dari mereka menyadari bahwa penampilan yang sopan bisa menjadi contoh baik, terutama bagi generasi di sekitarnya. Hal ini sejalan dengan pernyataan seorang Informan.

Ridha mengatakan :

“Saya tetap pilih yang sopan, karena saya punya adik dan keponakan, biar bisa jadi contoh yang baik”

Ridha, Konsumen Thrift, 20 Maret 2025

Dalam Islam konsumen diharapkan mampu mengelola hartanya dengan bijak dan tidak menghamburkan dalam hal yang tidak diperlukan. Namun, dalam praktiknya, tidak semua konsumen mampu mengontrol diri di tengah tren *thrifting* yang menawarkan harga murah dan pilihan model yang menarik. Hal ini sejalan dengan pernyataan Selvia:

“Awalnya memang niat hemat, tapi kadang malah jadi boros karena lihat harga murah, jadi pengen beli terus. Takut besok-besok udah nggak nemu harga kayak gitu”

Selvia, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen memiliki niat awal untuk berhemat, keputusan akhirnya tidak didasarkan pada pertimbangan akal sehat. Konsumen justru terdorong oleh ketakutan kehilangan kesempatan harga murah (*fear of missing out*), yang mengarah pada perilaku konsumtif dan kurang rasional. Sikap seperti ini kurang mencerminkan prinsip memelihara akal dan memelihara harta karena keputusan pembelian dilakukan secara *impulsif*, tanpa memperhitungkan kebutuhan sebenarnya maupun efisiensi penggunaan harta.

Sebaliknya, terdapat pula konsumen yang tetap mampu menjaga pola konsumsi dengan baik, dan tidak mudah tergoda meskipun harga pakaian bekas tergolong terjangkau. Seperti disampaikan oleh Amel :

“Saya merasa lebih hemat, tapi harus kontrol diri juga biar nggak jadi numpuk baju yang nggak dipakai. Saya beli kalau benar-benar perlu”

Amel, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Sikap ini menunjukkan adanya kesadaran untuk mengelola harta secara bijak, sesuai dengan kebutuhan, dan tidak terpengaruh oleh harga murah semata. Konsumen seperti ini mencerminkan nilai memelihara harta karena konsumen mampu memprioritaskan kemanfaatan harta, serta nilai memelihara akal karena konsumen mampu menahan diri dan berpikir logis dalam mengambil keputusan pembelian.

Adapun dalam hal pengelolaan harta *hifdz-mal*, sebagian besar konsumen menyatakan bahwa keputusan membeli pakaian bekas didasari oleh pertimbangan ekonomi, karena lebih murah dan menghemat pengeluaran. Namun demikian, kebiasaan membeli berlebihan karena harga yang murah juga ditemukan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua konsumen mampu menjaga keseimbangan dalam penggunaan hartanya. Keputusan kolektif konsumen yang lebih memilih pakaian bekas juga berdampak pada pelaku UMKM lokal yang menjual pakaian baru. Beberapa pelaku usaha menyampaikan bahwa mereka mengalami penurunan pembeli sejak tren *thrift ing* meningkat. Seorang pelaku UMKM yaitu Sherpiliang mengatakan :

“Toko saya makin sepi, pembeli beralih ke baju bekas. Kami yang jual baju baru jadi nggak laku”

Amel, Konsumen Thrift, 15 Maret 2025

Dalam perspektif *maqashid syariah*, hal ini menyentuh aspek kemaslahatan sosial, khususnya dalam menjaga harta umat secara kolektif. Jika keputusan konsumen berdampak pada menurunnya pendapatan pelaku usaha kecil, maka perlu ada kesadaran untuk lebih adil dan seimbang dalam berbelanja tidak semata-mata karena murah, tetapi juga memperhatikan keberlangsungan ekonomi sesama Muslim.

Dengan demikian, perilaku konsumsi pakaian bekas oleh konsumen Muslim di Kota Jambi dapat mencerminkan nilai-nilai *maqashid syariah*, selama keputusan tersebut didasarkan pada pertimbangan agama, kesehatan, akal sehat, kesopanan, dan pengelolaan harta yang bijak. Namun jika dilakukan secara berlebihan, impulsif, dan mengabaikan dampaknya terhadap pelaku usaha lokal, maka keputusan tersebut berpotensi bertentangan dengan prinsip *maqashid syariah* yang mengedepankan kemaslahatan bersama.

5.3 Pembahasan

A. Perilaku Konsumen Muslim Dalam Keputusan Pembelian Pakaian Bekas/*Thrift*

Perilaku konsumen dalam Islam bersifat menyeluruh dan berlandaskan etika, mulai dari pemilihan produk hingga penggunaan serta manfaat yang diperoleh dari produk yang dikonsumsi. Setiap muslim mempunyai prinsip dan aturan yang bermanfaat bagi kemaslahatan hidupnya di dunia dan akhirat.

1) Prinsip Keadilan

Dalam berperilaku konsumsi, seorang Muslim harus memperhatikan keadilan, yaitu memastikan bahwa harta yang digunakan berasal dari cara yang halal dan tidak mengandung unsur kezaliman terhadap pihak lain. Keadilan dalam konsumsi tidak hanya berkaitan dengan cara memperoleh

harta, namun juga mencakup cara menggunakannya secara proporsional sesuai kebutuhan.

Dalam konteks konsumsi pakaian bekas, terlihat bahwa mayoritas konsumen Muslim lebih sering membeli pakaian bekas daripada pakaian baru dari UMKM lokal di kota Jambi. Hal ini dikarenakan pakaian bekas lebih murah dan beragam daripada pakaian baru. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi masih berorientasi pada preferensi pribadi tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap UMKM lokal yang menjual pakaian baru. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyana dkk., (2024) yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi yang impulsif dan hanya mempertimbangkan kepuasan pribadi tidak mencerminkan prinsip keadilan.

Perilaku konsumsi harus memperhatikan rasionalitasnya agar kebutuhan yang ingin dipenuhi memiliki batasan-batasan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Maharani & Hidayat, 2020). Menurut Muhammad Abdul Mannan konsumsi merupakan bagian yang sangat penting dalam kajian ekonomi. Konsumsi tidak hanya sekedar bagaimana menggunakan hasil produksi saja. Konsumsi islami harus dapat menciptakan sebuah distribusi pendapatan dan kekayaan (ekonomi) yang adil (Arafik, 2017).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip keadilan oleh konsumen Muslim yang mengkonsumsi pakaian bekas/*thrift* belum sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Abdul Mannan. Dimana konsumen membeli pakaian bekas/*thrift* karena harga murah tanpa mempertimbangkan keseimbangan UMKM lokal yang menjual pakaian baru. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tersebut belum mencerminkan prinsip keadilan sebagaimana yang menjadi tuntunan dalam ajaran Islam, yaitu terciptanya distribusi manfaat ekonomi secara merata.

2) Prinsip Kebersihan

Bersih adalah bebas dari segala sesuatu yang tidak diberkahi atau tidak diridhai Allah. Dalam Islam, kebersihan merupakan sebagian dari iman.

Rasulullah SAW bersabda :

“Kebersihan adalah sebagian dari iman” (HR. Muslim).

Oleh karena itu, seorang Muslim dituntut untuk menjaga kebersihan diri dan barang yang digunakannya, termasuk dalam hal berpakaian. Prinsip *nazhafah* tidak hanya menuntut kebersihan secara fisik, tetapi juga menjaga kesucian (*thaharah*) dan kesehatan. Dalam konteks konsumsi pakaian bekas/*thrift*, kebersihan menjadi aspek penting karena pakaian tersebut merupakan barang yang telah digunakan oleh orang lain dan tidak diketahui kondisi sebelumnya. Dalam hal ini, konsumen membeli pakaian bekas dari toko-toko *thrift* yang telah mencuci barang dagangannya. Walaupun ada toko yang tidak mencuci barang dagangannya, konsumen mencuci sendiri dengan bersih.

Dalam konteks pakaian bekas (*thrift*), ada keraguan yang wajar terhadap kebersihan produk karena pakaian tersebut sebelumnya telah digunakan oleh orang lain, tidak diketahui riwayat penggunaannya (apakah sehat atau tidak) serta bisa jadi tidak disterilkan oleh penjual sebelum dijual kembali.

Namun, dalam penelitian ini ditemukan bahwa konsumen Muslim di Kota Jambi secara sadar melakukan tindakan pencegahan untuk memastikan pakaian yang mereka beli tetap sesuai dengan prinsip kebersihan. Salah satu upaya tersebut adalah mencuci ulang pakaian tersebut setelah membeli bahkan hingga beberapa kali, untuk memastikan pakaian tersebut benar-benar bersih dan layak pakai. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Falah dkk., 2024) yang menyatakan bahwa konsumen Muslim dalam berbelanja memperhatikan kualitas barang dan tidak melanggar aturan Islam sesuai dengan prinsip kebersihan

Penelitian Sahnun dkk., (2023) mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa prinsip kebersihan merupakan salah satu nilai penting dalam Islam dan menjaga kebersihan dalam proses berbelanja dan konsumsi adalah cara untuk memastikan bahwa produk yang dibeli tidak hanya halal, tetapi juga bebas dari kontaminasi atau masalah kesehatan yang mungkin timbul akibat ketidak higienisan. Menurut Abdul Mannan, kebersihan menekankan bahwa

produk yang dikonsumsi harus dalam kondisi baik, layak, dan tidak menjijikkan, agar tidak mengganggu selera maupun kesehatan.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip keadilan oleh konsumen Muslim yang mengkonsumsi pakaian bekas/*thrift* telah sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Abdul Mannan. Dimana konsumen tetap menjaga keselamatan diri, kebersihan fisik, dan menghindari potensi bahaya dari kontaminasi atau penyakit dengan mencuci kembali pakaian bekas/*thrift* sebelum digunakan.

3) Prinsip Kesederhanaan

Prinsip kesederhanaan menuntut agar manusia tidak bersikap secara berlebihan. Dari sisi ekonomi, pengeluaran yang melampaui batas (berlebih-lebihan) akan menimbulkan kemalasan, pemborosan, serta tumbuhnya industri-industri yang tidak produktif dan mewah. Sebagaimana disebutkan dalam surah Al-A'raf ayat 31 :

Artinya : *“Makan dan minumlah, tapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*

Al-Qur'an mengambil jalan tengah dalam mengkonsumsi sesuatu, tidak berlebih-lebihan dan juga tidak berpantang dari kenikmatan yang baik dan suci. Prinsip kesederhanaan menekankan pentingnya sikap tengah (moderat) dalam konsumsi, di mana seorang Muslim tidak bersikap boros/*israf* maupun kikir. Dalam konteks konsumsi pakaian bekas, kesederhanaan dapat terlihat dari cara seseorang memenuhi kebutuhannya secara wajar, tanpa mengikuti hawa nafsu atau sekadar tren yang berlebihan.

Dalam hasil penelitian ini, ditemukan bahwa sebagian besar konsumen Muslim di Kota Jambi telah menerapkan prinsip kesederhanaan. Konsumen Muslim membeli pakaian bekas karena alasan kebutuhan dan menyesuaikan dengan keperluan pribadi, bukan karena mengikuti keinginan hawa nafsu.

Namun demikian, terdapat pula temuan lain bahwa sebagian konsumen Muslim justru cenderung membeli pakaian bekas secara berlebihan meskipun tidak terlalu dibutuhkan. Hal ini dikarenakan tergoda oleh harga yang murah

dan variasi produk yang menarik. Perilaku seperti ini mulai mengarah pada konsumsi *impulsif*, yang tidak sesuai dengan nilai kesederhanaan. Padahal, Islam menuntut agar konsumsi tetap terkendali dan tidak mendorong timbulnya perilaku mubazir atau boros, meskipun terhadap barang-barang yang dinilai hemat secara harga.

Penelitian oleh Prasetya & Huda (2023) juga mendukung temuan ini bahwa sebagian konsumen Muslim dalam mengkonsumsi dilakukan dengan sewajarnya dan tidak berlebihan dan konsumen muslim juga masih cenderung berlebihan dalam mengkonsumsi. Menurut Abdul Mannan kesederhanaan menuntut umat agar tidak bersikap konsumtif secara berlebihan, karena berlebih-lebihan dapat menimbulkan kerusakan.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa prinsip kesederhanaan oleh konsumen Muslim yang mengkonsumsi pakaian bekas/*thrift* sebagian telah sesuai dengan teori Abdul Mannan karena mereka membeli seperlunya dan tidak berlebihan. Namun, sebagian lainnya belum mencerminkan prinsip tersebut karena justru cenderung konsumtif, sehingga tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai kesederhanaan dalam Islam.

4) Prinsip Kemurahan Hati

Kemurahan hati mencerminkan anjuran agar manusia, yang telah dianugerahi berbagai nikmat oleh Allah, juga bersikap dermawan kepada sesama, termasuk dalam hal berbagi konsumsi. Prinsip ini menekankan pentingnya menghindari pemborosan dan kelebihan, serta mengutamakan pembagian dan kepedulian terhadap sesama.

Dalam konteks konsumen Muslim di Kota Jambi, sebagian besar masih menunjukkan perilaku konsumtif dalam pembelian pakaian bekas. Harga yang murah dan variasi model yang menarik sering kali membuat konsumen terdorong untuk membeli secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap pelaku usaha lokal. Namun demikian, dalam temuan lapangan juga ditemukan bahwa sebagian konsumen justru menunjukkan kesadaran sosial. Mereka mempertimbangkan dampak dari keputusan konsumsi mereka terhadap keberlangsungan UMKM lokal dan tetap berusaha

menyeimbangkan pembelian pakaian bekas dengan membeli produk dari pelaku usaha kecil. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Siswadi & Rohman (2021) bahwa konsumsi tidak boleh bersifat egois, disaat ada orang lain yang kekurangan, maka sikap ideal seorang Muslim adalah menyisihkan sebagian untuk diberikan kepada yang membutuhkan.

Menurut Abdul Mannan perilaku konsumsi seharusnya menekankan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan pribadi dan pertimbangan terhadap kesejahteraan sosial. Perilaku ini belum mencerminkan prinsip kemurahan hati dalam Islam, karena hanya mementingkan kepentingan pribadi dan mengabaikan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar, khususnya UMKM lokal yang menjual pakaian baru.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip kemurahan hati oleh konsumen Muslim di Kota Jambi menunjukkan dua kecenderungan: sebagian telah mencerminkan nilai Islam dengan mempertimbangkan dampak sosial dari konsumsi, namun sebagian lainnya masih belum sejalan karena bersikap konsumtif dan kurang peduli terhadap lingkungan sekitar.

5) Prinsip Moralitas

Moralitas mengajarkan pentingnya nilai-nilai spiritual dalam konsumsi, seperti mengucapkan nama Allah sebelum makan dan bersyukur setelahnya, sebagai bentuk adab dan kesadaran moral seorang Muslim. Dalam Islam, moralitas merupakan fondasi dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi. Moralitas konsumsi mencakup kesadaran bahwa setiap keputusan membeli harus dilakukan dengan niat yang benar, adab yang baik, dan tidak melanggar prinsip etika Islam. Dalam hal berpakaian, seorang Muslim dituntut untuk menjaga niat, menutup aurat dengan layak, tidak berlebihan, dan tetap bersyukur atas nikmat pakaian yang diperoleh, termasuk ketika memilih untuk membeli pakaian bekas. Sebagaimana dijelaskan dalam surah Al-Bayyinah ayat 5 *Artinya : Padahal mereka hanya diperintah menyembah Allah dengan ikhlas menaati-Nya semata-mata karena (menjalankan) agama, dan juga agar*

melaksanakan salat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus (benar)

Ayat diatas menegaskan bahwa setiap perbuatan seorang Muslim, termasuk dalam urusan konsumsi, sebaiknya dilakukan dengan penuh keikhlasan, menuruti aturan agama serta mempertimbangkan dimensi ibadah dalam keseharian. Dalam konteks konsumsi pakaian bekas, konsumen Muslim tidak hanya memilih pakaian berdasarkan harga atau selera tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai moralitas.

Berdasarkan konteks konsumen Muslim yang melakukan pembelian pakaian bekas/*thrift* telah menunjukkan kesadaran moral dalam keputusan pembelian pakaian bekas. Konsumen mempertimbangkan manfaat pakaian, memilih pakaian yang layak pakai, menjaga kebersihan, serta menggunakan pakaian secara baik dan sopan. Konsumen mempertimbangkan apakah pakaian tersebut pantas, layak, dan tidak melanggar nilai-nilai Islam seperti menutup aurat. Menurut Abdul Mannan moralitas mengajarkan pentingnya nilai-nilai spiritual dalam konsumsi.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip moralitas dalam perilaku konsumen Muslim di Kota Jambi telah sesuai dengan prinsip moralitas. Para konsumen Muslim telah menerapkan nilai-nilai Islam dalam perilaku konsumsi mereka, menunjukkan kontrol diri, rasa tanggung jawab, dan adab dalam memilih serta menggunakan pakaian bekas.

B. Implikasi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Terhadap Keberlangsungan UMKM Lokal di Kota Jambi

Pemerintah Indonesia telah secara tegas melarang kegiatan impor pakaian bekas, kenyataannya praktik penjualan pakaian bekas impor masih terus berlangsung di berbagai daerah. Fenomena ini tidak terlepas dari tingginya minat masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap tren *thrifting* yang saat ini menjadi bagian dari gaya hidup modern. Namun dibalik popularitasnya, penjualan pakaian bekas, khususnya yang berasal dari impor ilegal, menimbulkan persoalan tersendiri bagi UMKM lokal yang menjual pakaian baru.

Hal ini dilakukan sebagai upaya melindungi kesehatan masyarakat dan demi menjaga stabilitas perekonomian dalam negeri dengan membangun UMKM dan mengembangkan produk dalam negeri. Namun perkembangan toko bisnis *thrift* yang semakin menjamur menimbulkan dilema tersendiri. Fenomena ini memperlihatkan adanya aktivitas yang berpotensi menyalahi aturan yang termuat dalam Permendagri. Oleh karena itu, legalitas penjualan pakaian *thrift* di Indonesia patut dipertanyakan karena dalam Permendagri tersebut terdapat larangan dalam impor pakaian bekas untuk masuk ke Indonesia.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini penjualan pakaian bekas (*thrifting*) memberikan dampak terhadap UMKM lokal yang menjual pakaian baru di Kota Jambi. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa kehadiran penjualan pakaian bekas menyebabkan menurunnya jumlah pembeli pada UMKM lokal, terlebih di tengah maraknya sistem penjualan online. Penjualan pakaian bekas berdampak langsung pada penurunan pendapatan pelaku UMKM lokal. Inzha Fashion mengalami penurunan pendapatan sebesar 29%, Dhanty Fashion sebesar 50%, Mayang Mode sebesar 50%, dan Toko Sherpiliang sebesar 67%. Namun, terdapat satu toko yang hanya mengalami dampak kecil, yaitu Melfyorie Collection, dengan penurunan pendapatan sebesar 17% karena menerapkan strategi adaptif yang efektif, baik melalui promosi maupun inovasi desain produk.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh penulis dengan Informan, pelaku usaha UMKM lokal mengatakan bahwa semenjak adanya penjualan *thrift* dan juga akibat dari penjualan online yang awalnya pendapatan bisa 30 juta per bulan sekarang hanya mendapatkan setengahnya 15 juta artinya pendapatan pelaku UMKM lokal menurun 50% dari pendapatan sebelumnya. Hal ini menunjukkan dengan adanya penjualan pakaian bekas/*thrift* menjadi dampak yang serius bagi pelaku UMKM lokal. Penelitian ini didukung oleh temuan Muiz dkk., (2023) bahwa dampak impor pakaian bekas akan membuat UMKM lokal terancam mati. Hal ini mengancam prinsip keadilan karena pelaku UMKM ini menjadi kehilangan pendapatan karena pasarnya tergerus produk impor pakaian bekas bahkan dengan harga murah.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM lokal adalah ketidakmampuan dalam bersaing harga. Produk pakaian bekas yang dijual dengan harga murah menjadi daya tarik utama konsumen, sehingga pelaku UMKM lokal yang menjual pakaian baru dengan harga yang lebih tinggi sulit bersaing. Selain itu minimnya promosi dan adaptasi digital menjadi faktor yang memperburuk keadaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM hanya fokus pada peningkatan kualitas produk dan mengganti desain produk. Namun, strategi tersebut belum cukup efektif tanpa diiringi dengan promosi digital yang mampu menjangkau konsumen secara luas.

Dalam penelitian ini ditemukan satu pelaku UMKM lokal yang menjual pakaian baru aktif melakukan promosi digital melalui media sosial dan inovasi desain justru mampu bertahan dan tetap menarik minat konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam menghadapi tren perubahan perilaku konsumen, pelaku UMKM perlu menetapkan strategi adaptif berbasis digital, tidak hanya mengandalkan kualitas produk semata. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sugiyanti dkk., (2022) yang menyatakan bahwa UMKM yang menerapkan strategi pemasaran digital dengan baik cenderung memiliki peningkatan signifikan dalam penjualan mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan UMKM lokal yang menjual pakaian baru di tengah tren konsumsi pakaian bekas sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam merespons perubahan perilaku konsumen. Meningkatkan kualitas produk saja tidak cukup apabila tidak dibarengi dengan strategi pemasaran yang adaptif dan relevan, seperti pemanfaatan digital marketing. Pelaku UMKM yang mampu melakukan inovasi dalam desain produk serta aktif mempromosikan usahanya melalui media sosial cenderung lebih mampu bertahan dan bersaing. Maka, strategi digitalisasi menjadi hal yang esensial untuk mendukung keberlanjutan UMKM di era tren *thrift* yang terus berkembang

C. Tinjauan *Maqashid Syariah* Mengenai Perilaku Konsumen Muslim Pada Pembelian Pakaian Bekas/*Thrift* dan Implikasinya Terhadap UMKM Lokal di Kota Jambi

Dalam Islam, perilaku konsumsi tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi, tetapi juga dilihat dari tujuan-tujuan syariah yang lebih luas yang dikenal dengan istilah *maqashid syariah*. *Maqasid Syariah* diartikan sebagai sasaran utama dari ditetapkan hukum-hukum Islam. *Maqasid Syariah* merupakan konsep fundamental dalam ilmu ushul fiqh yang berorientasi pada tujuan ditetapkan hukum syariah. *Maqashid Syariah* merupakan upaya untuk mencapai kemaslahatan bagi manusia dan menghilangkan kemudharatan.

Tinjauan *maqashid syariah* mengenai perilaku konsumen Muslim terhadap *making decision* pembelian pakaian bekas/*thrift* dan implikasinya terhadap keberlangsungan UMKM lokal di Kota Jambi ditekankan pada poin-poin berikut :

1) Memelihara agama (*hifdz-din*)

Memelihara agama (*hifdz-din*) sebagai bentuk menjaga norma agama dari hal-hal yang mengotorinya baik dari sisi akidah maupun amal. Contoh penjagaannya yaitu melaksanakan solat, dan zakat kemudian bentuk pencegahan yang dilakukan adalah jihad.

Dalam konteks konsumsi pakaian bekas/*thrift* yang dilakukan oleh konsumen Muslim telah memilih pakaian yang layak digunakan sesuai aturan Islam. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen Muslim yang membeli pakaian bekas di Kota Jambi menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip memelihara agama. Konsumen muslim tetap memperhatikan bahwa pakaian yang dibeli harus mampu menutup aurat dan digunakan dengan cara yang sesuai dengan tuntunan agama.

Dalam kerangka *Maqashid Syariah* yang dikemukakan oleh Imam Asy-Syatibi, *hifdz-din* atau memelihara agama merupakan prioritas utama yang harus dijaga oleh setiap Muslim. Tujuannya adalah agar setiap tindakan, termasuk aktivitas konsumsi, tidak bertentangan dengan ajaran agama, bahkan sebaliknya harus mendukung pelaksanaan syariat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi pakaian bekas telah memenuhi tujuan

hifz-din dalam proses pengambilan keputusan, dan perilaku konsumsinya tetap berada dalam koridor *maqashid syariah*, khususnya dalam aspek menjaga agama.

2) Memelihara jiwa (*hifdz-nafs*)

Memelihara jiwa sebagai bentuk melindungi setiap individu dan masyarakat dari segala hal yang dapat mengancam jiwa seperti pemberantasan penyakit menular dan hukuman bagi pelaku pembunuhan. Dalam konteks penelitian ini, pakaian bekas sebagai barang yang telah digunakan sebelumnya tentu memiliki potensi risiko terhadap kesehatan jika tidak diperhatikan kebersihannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Muslim yang membeli pakaian bekas di Kota Jambi menunjukkan memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga kebersihan dan keselamatan diri.

Konsumen muslim di Kota Jambi selalu mencuci pakaian bekas yang dibeli sebelum digunakan. Dalam teori *maqashid syariah* menurut Imam Asy-Syatibi, *hifdz-nafs* berarti menjaga keselamatan jiwa manusia dari segala hal yang dapat membahayakan atau merusaknya, baik secara fisik maupun psikis. Prinsip ini mencakup kewajiban menjaga kesehatan, kebersihan, dan keselamatan diri dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumsi pakaian bekas oleh konsumen Muslim telah memenuhi tujuan *hifdz-nafs* dan menjadikan nilai-nilai syariah sebagai landasan dalam proses konsumsi tersebut

3) Memelihara akal (*hifdz-aql*)

Memelihara akal merupakan mencegah terjadinya kerusakan akal yang dapat mengganggu daya pikir manusia karena akal dapat menumbuhkan semangat menggali nilai-nilai agama sehingga harus menjaga dari hal-hal yang merusaknya seperti minuman keras, narkoba dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan dua kecenderungan dalam perilaku konsumen Muslim di Kota Jambi saat membeli pakaian bekas. Sebagian konsumen bersikap rasional, membeli pakaian sesuai kebutuhan dan mempertimbangkan fungsinya, harga, serta manfaatnya. Namun, sebagian

lainnya cenderung konsumtif dan impulsif, membeli pakaian berlebih karena tergoda harga murah dan model yang menarik, meskipun tidak benar-benar dibutuhkan.

Kecenderungan kedua ini menunjukkan adanya penyimpangan dari prinsip *hifdz-aql*, karena keputusan konsumsi tidak lagi didasarkan pada akal sehat atau pertimbangan fungsional, melainkan lebih kepada emosi sesaat dan dorongan untuk memiliki. Sikap *impulsif* ini mendorong konsumen untuk membeli secara berlebihan, bahkan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Jika terus dilakukan, perilaku ini dapat mengarah pada sifat boros dan konsumtif yang tidak sejalan dengan ajaran Islam. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Halimah dkk., (2022) bahwa generasi milenial cenderung sulit mengontrol pikirannya untuk berpikir panjang dan rasional dalam mengambil keputusan pembelian karena sering tergoda oleh harga murah sehingga mengakibatkan pembelian secara *impulsif*.

Dalam teori *maqashid syariah* menurut Imam Asy-Syatibi, *hifdz-aql* atau memelihara akal merupakan salah satu tujuan utama syariat, karena akal merupakan sarana manusia dalam membedakan yang baik dan buruk, membuat keputusan, serta menerima ajaran agama. Dalam konteks konsumsi, prinsip ini berarti bahwa seorang Muslim harus menggunakan akalnya secara sehat dan rasional dalam menentukan kebutuhan, bukan didorong oleh hawa nafsu, *impulsif* atau tren semata.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa prinsip *hifdz-aql* dalam konsumsi pakaian bekas oleh konsumen Muslim di Kota Jambi belum sepenuhnya tercermin. Masih diperlukan edukasi untuk menanamkan pentingnya pengambilan keputusan yang bijak dan rasional dalam konsumsi agar tidak hanya bermanfaat secara ekonomi, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai syariat Islam.

4) Memelihara keturunan (*hifdz nasl*)

Memelihara keturunan sebagai bentuk memperbaiki kualitas keturunan, membina sikap mental generasi penerus agar terjalin rasa persahabatan diantara sesama umat manusia dan diharamkannya zina serta perkawinan

sedarah. Dalam *maqashid syariah* menurut Imam Asy-Syatibi, *hifdz-nasl* atau memelihara keturunan merujuk pada upaya menjaga keberlangsungan generasi yang berkualitas, baik secara fisik, moral, maupun sosial. Setiap individu muslim harus mampu untuk menjaga batasan pribadi mereka sendiri dan tidak tergoda untuk melakukan sesuatu yang pada akhirnya dapat merusak martabat dan keturunan mereka. Sebab keturunan adalah aset yang pokok dalam kehidupan, sehingga bila seorang muslim memiliki perilaku konsumsi yang sesuai syariat Islam maka secara tidak langsung telah menjaga keturunannya (Hamdi, 2022).

Dalam konteks konsumsi pakaian bekas, prinsip *hifdz-nasl* atau menjaga keturunan dapat dimaknai sebagai upaya seorang Muslim dalam menjaga martabat dan kehormatan diri yang secara tidak langsung juga menjadi cerminan dan contoh bagi generasi setelahnya. Pakaian sebagai bagian dari identitas diri harus dipilih tidak hanya karena faktor harga atau tren, tetapi juga mempertimbangkan kesopanan, kelayakan, dan kepantasan dalam berpakaian.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa konsumen Muslim di Kota Jambi yang membeli pakaian bekas tetap memperhatikan aspek kepantasan berpakaian, terutama dalam hal menutup aurat dan memilih model pakaian yang tidak menyimpang dari norma sosial maupun syariat Islam. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun pakaian yang digunakan berasal dari produk bekas, mereka tetap menjaga penampilan secara sopan dan sesuai dengan nilai kesusilaan, sehingga tidak memberikan contoh buruk bagi lingkungan sosial, khususnya generasi muda.

Dengan demikian, perilaku sebagian besar konsumen Muslim dalam penelitian ini telah mencerminkan prinsip *hifdz-nasl* dengan tujuan menunjukkan kepedulian terhadap etika berpakaian yang berdampak positif bagi pembentukan karakter dan akhlak generasi.

5) Memelihara harta (*hifdz-mal*)

Untuk memperoleh harta yang halal, syariat Islam membolehkan berbagai macam bentuk muamalah. Untuk menjaganya, syariat Islam mengharamkan

umatnya memakan harta sesama dengan jalan yang batil, seperti mencuri, riba, menipu, mengurangi timbangan, korupsi dan lain-lain (Abdurrahman, 2014). Dalam pandangan Imam Asy-Syatibi, *hifdz-mal* atau memelihara harta adalah menjaga dan menggunakan harta secara bijak serta menghindari pemborosan (*israf*) dan sikap kikir (*bukhul*). Tujuan dari syariat dalam aspek ini adalah agar manusia tidak menyia-nyiakan harta yang telah Allah titipkan dan dapat mengelolanya untuk kemaslahatan hidup pribadi dan masyarakat secara luas.

Dalam konteks penelitian ini, ditemukan dua kecenderungan utama pada konsumen Muslim yang membeli pakaian bekas di Kota Jambi. Sebagian konsumen membeli secara hemat dan sesuai kebutuhan, karena harga pakaian bekas relatif lebih murah dan dianggap lebih ekonomis. Hal ini menunjukkan kesadaran untuk menjaga harta dan menghindari pemborosan, sehingga mencerminkan prinsip *hifdz-mal* secara positif.

Namun di sisi lain, terdapat konsumen yang membeli secara berlebihan karena tergiur harga murah dan variasi model, meskipun sebenarnya tidak dibutuhkan. Sikap impulsif ini justru bertentangan dengan prinsip *hifdz-mal*, karena pembelian dilakukan tanpa perencanaan dan akhirnya bisa menyebabkan pemborosan, bahkan menumpuk pakaian yang tidak terpakai. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Halimah dkk., (2022) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan karena harga murah menimbulkan sikap lebih konsumtif dari sebelumnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi pakaian bekas oleh konsumen Muslim belum sepenuhnya mencerminkan prinsip *hifdz-mal*. Meskipun niat awalnya untuk berhemat, tanpa pengendalian diri dan pertimbangan kebutuhan, konsumsi tersebut bisa berubah menjadi bentuk pemborosan yang tidak sejalan dengan nilai *maqashid syariah*.

Dalam Islam, segala aktivitas ekonomi idealnya diarahkan untuk mencapai kemaslahatan umat, termasuk dalam praktik konsumsi. Salah satu tujuan utama dari *maqashid syariah* adalah memelihara harta, yang berarti menjaga kestabilan dan keberkahan harta agar dapat memberi manfaat secara adil dan berkelanjutan bagi individu maupun masyarakat. Prinsip ini menjadi landasan penting dalam

menganalisis dampak perilaku konsumsi terhadap keberlangsungan pelaku usaha, termasuk UMKM lokal.

Dalam konteks penelitian ini, pengambilan keputusan konsumen Muslim terhadap pembelian pakaian bekas/*thrift* memiliki implikasi nyata terhadap pelaku UMKM lokal di Kota Jambi, khususnya yang bergerak dalam penjualan pakaian baru. Pilihan konsumen yang lebih cenderung kepada produk pakaian bekas menimbulkan tantangan bagi UMKM untuk bertahan dan bersaing secara sehat di tengah tren yang semakin berkembang.

Penurunan daya beli terhadap produk-produk UMKM lokal menyebabkan berkurangnya perputaran ekonomi dalam skala mikro, yang dalam jangka panjang dapat mengancam kelangsungan usaha kecil. Hal ini bertentangan dengan prinsip memelihara harta karena tidak terjadi distribusi kekayaan dan manfaat ekonomi yang adil. Dalam *maqashid syariah*, harta harus digunakan dan diputar secara maslahat, bukan hanya demi keuntungan individu, tetapi juga demi kesejahteraan sosial.

Dengan demikian, perilaku konsumsi yang tidak mempertimbangkan dampaknya terhadap pelaku usaha lokal, seperti memilih pakaian bekas semata karena harga murah tanpa memperhatikan keberlangsungan UMKM, menunjukkan bahwa belum sepenuhnya tercermin prinsip memelihara harta. Oleh karena itu, penting bagi konsumen Muslim untuk menyadari bahwa keputusan konsumsi mereka turut berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi masyarakat sekitar.