

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sektor pakaian menjadi sektor paling berpopulasi setelah makanan, perumahan dan transportasi. Pengelolaan dan pemulihan pakaian bekas memiliki peran penting dalam memperkuat rantai pasokan komoditas yang tersebar di seluruh dunia. Setiap potong pakaian memiliki potensi untuk memberikan dampak positif, baik dari sisi ekonomi maupun dalam mendukung keberlanjutan.¹

Pakaian bekas saat ini menjadi tren mode, terutama di kalangan remaja. Tren ini terus berkembang seiring dengan semakin banyaknya orang yang melihat pakaian bekas sebagai pilihan yang penuh gaya, unik, dan bernilai klasik. Sehingga mendorong tingginya minat masyarakat untuk membeli pakaian bekas, dan menjadikannya salah satu pilihan mode yang menarik dan penuh karakter.²

Di Amerika Serikat, pakaian bekas sering dianggap *vintage*, yaitu barang langka yang sudah tidak diproduksi lagi. Pakaian *vintage* memiliki nilai historis dan keunikan

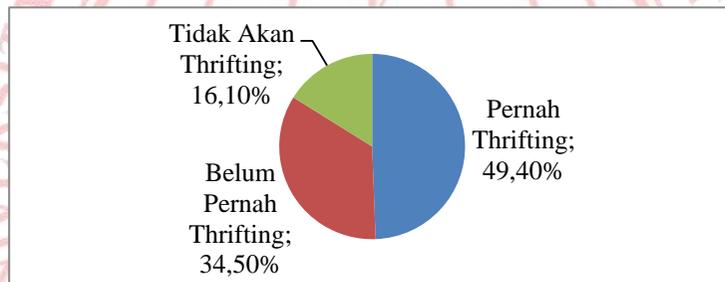
¹ Kanchana Dissanayake and Rudrajeet Pal, 'Sustainability Dichotomies of Used Clothes Supply Chains: A Critical Review of Key Concerns and Strategic Resources', *International Journal of Logistics Management*, 34.7 (2023), pp. 75–97.

² Ani Wulandari, 'International Journal of Global Accounting , Management , Education , and The Influence Of Price, Advertising Attractiveness , Brand And Product Quality On Decisions To Purchase Used', 5.1 (2024), pp. 145–51.

yang sulit ditemukan pada pakaian modern, menjadikannya pilihan istimewa dengan gaya dan cerita tersendiri.³

Tren pakaian bekas juga semakin populer di Thailand, yang mana bagi mereka pakaian bekas bermerek memungkinkan pemakainya tampil modis dengan harga murah dan bisa dijual kembali setelah beberapa kali dipakai. Sehingga membuka peluang bisnis yang menguntungkan bagi para pelakunya.⁴

Tabel 1.1
Survey Thrifting di Indonesia (2023)



Sumber: Survey GoodState diolah peneliti (2024)

Dari hasil survei GoodState mengenai gaya fashion remaja Indonesia yang dilaksanakan Fitri Nur Hidayah pada 5-16 Agustus 2023 dengan melibatkan 261 responden, mayoritas 49,40% mengaku pernah membeli pakaian bekas dari hasil thrifting. Sementara sebanyak 34,50% belum

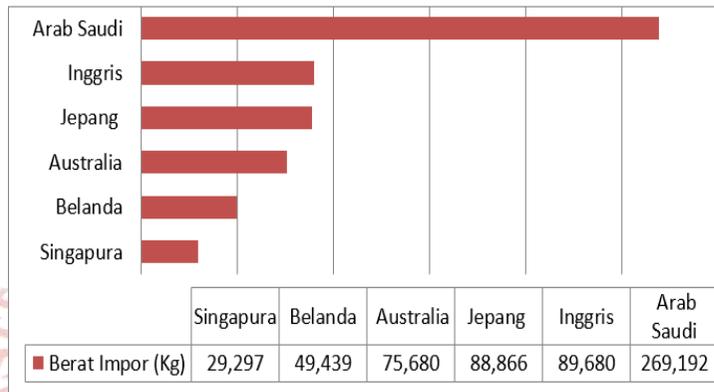
³ Ruoh Nan Yan, Su Yun Bae, and Huimin Xu, 'Second-Hand Clothing Shopping among College Students: The Role of Psychographic Characteristics', *Young Consumers*, 16.1 (2015), pp. 85–98.

⁴ Kulkanya Napompech and Sirijanya Kuawiriyapan, 'Factors Affecting the Second Hand Clothes Buying Decision of Thai Women', *International Journal of Arts & Sciences*, 4.09 (2011), pp. 201–10.

pernah mencoba thrifting. Sedangkan sisanya sebanyak 16,10% tidak akan pernah mencoba membeli pakaian bekas (thrifting).⁵

Grafik 1.1

Negara Pengekspor Pakaian Bekas Terbanyak Ke Indonesia



Sumber: Tempo.co diolah peneliti (2025)

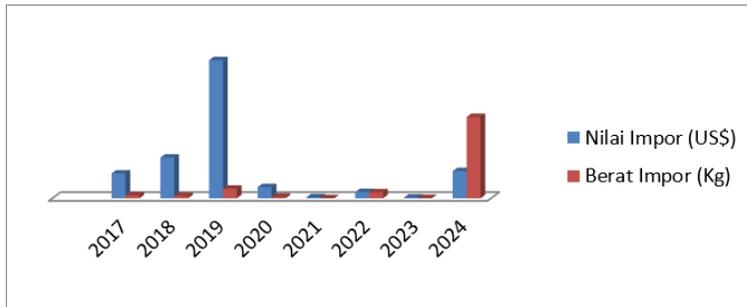
Dari Data Tempo.co selama sepuluh tahun terakhir, Indonesia telah mengimpor 870,4 ton baju bekas senilai US\$11,09 juta.

Thrifting semakin marak dan booming di Indonesia pada tahun 2019, tingginya minat masyarakat karena harga dan kualitas yang berpengaruh dalam pembelian.⁶

⁵ Fitri Nur Hidayah, 'Survey Thrifting Masyarakat Indonesia', *GoodStats*, 2023.

⁶ Arsih Amalia Chandra Permata and Sudarmiatin Sudarmiatin, 'The Influence of Lifestyle, Consumptive Behavior and Brand Awareness on Used Clothing Purchase Decisions', *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 2.3 (2024), pp. 353–66.

Tabel 1.2
DATA IMPOR PAKAIAN BEKAS (2017-2024)



Tahun	Nilai Impor (US\$)	Berat Impor (Kg)
2017	1.091.787	128.474
2018	1.790.435	107.977
2019	6.075.437	417.728
2020	493.983	65.914
2021	44.136	7.937
2022	272.146	262.224
2023	29.759	12.856
2024	1.196.465	3.576.272

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) diolah peneliti (2025)

Dari Data BPS diketahui data impor pakaian bekas di Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan pada periode tahun 2017-2024. Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa puncak jumlah impor pakaian bekas tertinggi pada tahun 2019, yang mencapai 6.075.437. Nilai impornya jauh melampaui dari tahun-tahun lainnya, menjadikan tahun 2019 sebagai puncak dari tren ini. Peningkatan yang sangat

signifikan disebabkan oleh beberapa faktor kunci. Pertama, perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang mendorong permintaan yang lebih tinggi terhadap pakaian dengan harga terjangkau. Selain itu, pengaruh budaya global dan popularitas "vintage fashion" juga memainkan peran dalam meningkatnya minat terhadap pakaian bekas. Semua faktor ini bersama-sama memberikan kontribusi terhadap kenaikan harga impor pakaian bekas yang mencolok di tahun tersebut.

Namun, volume tersebut mengalami perubahan pada tahun 2020 dan 2021, Penurunan yang cukup tajam terjadi pada impor pakaian bekas. Pandemi COVID-19 dan berbagai pembatasan yang dihasilkan dari situasi tersebut berdampak signifikan pada perdagangan internasional, termasuk impor pakaian bekas ke dalam negeri. Hal ini disebabkan karena Penurunan permintaan konsumen, ketidakpastian ekonomi, dan penutupan toko-toko ritel merupakan beberapa faktor utama yang berkontribusi pada penurunan tersebut.

Pada tahun 2022 volume pakaian bekas impor kembali mengalami kenaikan, akibat pemulihan aktivitas ekonomi domestik. Tahun 2023 impor pakaian bekas kembali mengalami penurunan yang disebabkan karena adanya stabilisasi ekonomi global dan domestik, dan juga adanya larangan pemerintah terhadap impor pakaian bekas, Sehingga kebutuhan impor berkurang. Berdasarkan lampiran II

Peraturan Nomor 40 Tahun 2022 yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan (Permendag). Peraturan ini merupakan perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang yang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor. Tujuan pelarangan impor pakaian bekas adalah untuk menjaga sektor tekstil dalam negeri. Pakaian bekas impor murah dapat membuat produk dalam negeri kehilangan daya saing. Disamping itu, impor *thrifting* memiliki potensi merugikan negara karena barang-barang tersebut masuk secara ilegal sehingga tidak membayar bea dan cukai. Namun, kondisi ini tidak sejalan dengan apa yang terjadi di Bengkulu, di mana sangat menentang untuk menutup industri pakaian bekas. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa industri pakaian bekas Bengkulu telah berkembang menjadi sektor ekonomi vital yang mendukung mereka yang berpenghasilan rendah.

Pada tahun 2024 Impor pakaian bekas di Indonesia kembali mengalami kenaikan yang disebabkan beberapa faktor seperti, Masih tingginya minat konsumen dalam melakukan pembelian *thrifting*, Perlakuan yang merelaksasi pemasukan tekstil oleh pemerintah dan juga karena masih adanya penyalahgunaan kebijakan impor.

Banyak remaja yang memilih untuk tampil *up to date* dengan membeli pakaian bekas karena harganya yang lebih terjangkau. Bagi mereka, berbelanja pakaian bekas menjadi

alternatif cerdas untuk tetap tampil gaya, mengikuti tren modern, dan menyesuaikan diri dengan gaya hidup.⁷

Penjualan baju bekas ini memiliki banyak peminat untuk membeli dan mengenyakannya, banyaknya minat konsumen terhadap pakaian bekas dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang mengunjungi Pasar Panorama Bengkulu setiap harinya.⁸

Kepuasan konsumen adalah respons emosional yang muncul setelah membandingkan ekspektasi dengan kinerja produk yang diterima, apakah itu sesuai, melebihi atau di bawah ekspektasi.⁹

Kotler mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai reaksi emosional yang terjadi ketika pelanggan membandingkan harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja yang sebenarnya mereka alami. Kebijakan harga dan persepsi kualitas berdampak besar pada kepuasan ini. Oleh karena itu, tingkat kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh perubahan harga dan peningkatan

⁷ Arik Dwiyantoro and Sugeng Harianto, 'Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas', *Paradigma Jurnal*, 2.3 (2014), pp. 1–8.

⁸ Trimal Jumarta Erlan, Badarudin Nurhab, and Miti Yarmunida, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dengan Sistem Karungan Di Pasar Panorama Kota Bengkulu', *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6.1 (2022), pp. 379–93.

⁹ Ahmad Syafiq, 'Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam', *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5.1 (2019), pp. 96–113.

kualitas yang sesuai dengan permintaan dan harapan konsumen.¹⁰

Ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terpenuhi, mereka menjadi setia dan melakukan pembelian berulang. Semakin harapan konsumen terpenuhi, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka.¹¹ Kepuasan tercapai ketika manfaat produk sesuai dengan harapan konsumen, dengan harga yang sebanding dengan kualitasnya.¹²

Harga adalah jumlah uang atau nilai yang harus dibayar pembeli untuk membeli dan memanfaatkan sesuatu. Harga mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen antara manfaat dan biaya. Jika harga tidak sebanding dengan manfaatnya, kepuasan konsumen bisa menurun. Sebaliknya, nilai yang tinggi akan meningkatkan kepuasan.¹³

Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa, atau nilai yang

¹⁰ Triyoko Triyoko, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko', *Jurnal Daya Saing*, 8.1 (2022), pp. 56–61.

¹¹ JoséM M.M. Bloemer and Hans D.P. Kasper, 'The Complex Relationship between Consumer Satisfaction and Brand Loyalty', *Journal of Economic Psychology*, 16.2 (1995), pp. 311–29.

¹² Randy Christian Winarta, 'Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri Terhadap Kepuasan', *Manajemen Pemasaran*, 1 (2013), pp. 1–10.

¹³ Aditia & Suhaji, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD Pandan Wangi Semarang The Factors Which Influence Customer ' s Satisfaction at UD . Pandan Wangi Semarang', 2012, pp. 1–19.

diperdagangkan untuk keuntungan yang datang dengan memiliki atau menggunakan barang tersebut.¹⁴

Harga berdampak besar pada kebahagiaan konsumen, terutama dalam hal pakaian bekas. Konsumen tertarik membeli pakaian bekas karena harga terjangkau, sehingga memungkinkan konsumen mendapatkan pakaian berkualitas dengan biaya lebih rendah daripada pakaian baru.¹⁵ Penetapan harga yang adil yang memperhatikan kualitas dan kondisi pakaian bekas akan membuat konsumen cenderung puas.¹⁶

Konsumen akan puas dengan kualitas produk jika dapat memuaskan keinginan mereka dan memiliki citra merek yang menguntungkan. Konsumen akan dapat melihat kualitas produk yang mencakup fitur, kualitas, gaya, dan desain melalui keunggulan yang ditawarkannya, dan sebagai hasilnya, akan dianggap berkualitas tinggi.¹⁷

Kotler dan Armstrong menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kapasitas produk untuk memenuhi permintaan konsumen adalah kualitasnya. Daya

¹⁴ Fajar Saputro and Muhammad Jalari, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar', *Jurnal Riset Manajemen*, 1.3 (2023), pp. 266–85.

¹⁵ Matthew D. Shapiro and David W. Wilcox, 'Mismeasurement in the Consumer Price Index: An Evaluation', *NBER Macroeconomics Annual*, 11 (1996).

¹⁶ M. dan Y. Lukman Remiasa, 'Analisis Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pakaian Bekas', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3 (2007), pp. 77–79.

¹⁷ R Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori Dan Praktek)* (Bumi Aksara, 2001).

tahan, keandalan, dan akurasi memainkan peran penting dalam keputusan pembelian, semakin tinggi kualitas suatu produk, semakin tertarik dan setia pelanggan.¹⁸

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh harga dan kualitas, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Pakaian Bekas (Thriftling) (Studi Pada Pasar Panorama Bengkulu Ditinjau dari Ekonomi Islam)**”.

B. BATASAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi diatas, batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek peneliti ini tertuju pada Gen Z Kota Bengkulu yang memiliki pengalaman membeli *thriftling* di Pasar Panorama Bengkulu.
2. Penelitian ini meneliti Gen Z berdasarkan faktor usia yaitu dari tahun 1998-2008.
3. Variabel yang di teliti yaitu harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen.

¹⁸ Siti Masnun, Makhdalena Makhdalena, and Hardisem Syabrus, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen’, *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7.4 (2024), pp. 3736–40.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pakaian bekas (thrifting) di Pasar Panorama Bengkulu ditinjau ekonomi islam?
2. Apakah variabel kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pakaian bekas (thrifting) di Pasar Panorama Bengkulu ditinjau ekonomi islam?
3. Apakah variabel harga dan kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pakaian bekas (thrifting) di Pasar Panorama Bengkulu ditinjau ekonomi islam?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen pakaian bekas (thrifting) di Pasar Panorama Bengkulu ditinjau ekonomi islam.
2. Mengetahui pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen pakaian bekas (thrifting) di Pasar Panorama Bengkulu ditinjau ekonomi islam.
3. Mengetahui pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pakaian bekas (thrifting) di Pasar Panorama Bengkulu ditinjau ekonomi islam.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor yang mempengaruhi ketertarikan konsumen terhadap pembelian pakaian bekas. Hal ini bisa meliputi aspek-aspek seperti harga, kualitas.
2. Bisnis di sektor pakaian bekas, termasuk toko dan pedagang dapat memperoleh manfaat besar dari wawasan yang dapat ditawarkan oleh temuan penelitian. Mereka dapat memanfaatkan data tersebut untuk membuat rencana pemasaran yang lebih baik. Ini juga dapat membantu dalam mengoptimalkan penempatan produk, penetapan harga, dan upaya lain untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

F. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian yang dilaksanakan oleh kho wen yi ng ting xuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian barang anyaman di malaysia. Penelitian ini menggunakan teori perilaku. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data, yang terdiri dari 385 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, pengaruh sosial, dan nilai ekonomi berpengaruh signifikan terhadap variabel

devenden. Persamaannya terletak pada fokus penelitian dan Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.¹⁹

Penelitian yang dilaksanakan Putri Nilam Kencana untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Giant Fried Chicken Citra Raya. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk dan harga. Kepuasan konsumen akan meningkat bersamaan dengan peningkatan harga dan kualitas produk yang unggul. Sebaliknya, kualitas dan harga yang buruk juga akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih rendah. Akibatnya, H_1 disetujui dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pada Giant Fried Chicken Citra Raya, harga dan kualitas produk memiliki dampak yang besar dan positif terhadap kepuasan konsumen pada saat yang bersamaan. Persamaannya terletak pada fokus penelitian dan Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian²⁰

Penelitian yang dilaksanakan oleh Satria Mulia Chaerudin bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian produk alat kesehatan serta implikasinya terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan

¹⁹ Kho Wen Yi and Ng Ting Xuan, 'Factors Influencing Generation Z's Purchase Intention of Second-Hand Clothing in Malaysia', no. April (2023).

²⁰ Putri Nilam Kencana, 'The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction', *PINISI Discretion Review*, 2.1 (2018), p. 53.

bahwa kepuasan konsumen terhadap produk perangkat medis secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga. Kepuasan konsumen terhadap barang-barang perangkat medis dipengaruhi secara signifikan oleh keputusan pembelian. Persamaannya terletak pada fokus penelitian dan Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.²¹

Penelitian yang dilaksanakan oleh Nico Rifanto Halim, Donant Alananto Iskandar bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga terhadap kepuasan konsumen produk Gula Merah Nadja. Teknik sampel menggunakan teknik non-probability sampling, terdiri dari 120 responden yang merupakan pelanggan dan konsumen Gula Merah Nadja di DKI Jakarta yang telah membeli dan menggunakan Gula Merah Nadja minimal sekali. Penelitian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Statistika 22. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa ketiga variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaannya terletak pada fokus penelitian dan Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.²²

Penelitian yang dilaksanakan oleh ahmad fauza dan abdul rahman bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas

²¹ Satria Mulia Chaerudin and Afriapoll Syafarudin, 'Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC) The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction', *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2.1 (2021), pp. 61–70.

²² Nico Rifanto Halim and Donant Alananto Iskandar, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Minat Beli', *Jurnal Ilmu Dan Riset*, 4.3 (2019), pp. 415–24.

terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepeda motor kawasaki pada mahasiswa STIE Muhammadiyah Jakarta. Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa STIE Muhammadiyah Jakarta. Purposive sampling digunakan dalam proses pengambilan sampel, menghasilkan total 96 sampel. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada saat yang bersamaan. Persamaannya terletak pada fokus penelitian dan Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.²³

Penelitian yang ditunjukkan di atas akan sama dalam hal fokus penelitiannya, yang membedakannya pada objek dan subjek penelitian. Sehingga, penulis akan menggunakan judul untuk merujuk pada penelitian, yaitu “Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) (Studi Pada Pasar Panorama Bengkulu Ditinjau dari Ekonomi Islam).

²³ Ahmad Fauzan and Abdul Rohman, ‘Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki’, *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9.2 (2020), pp. 104–13.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan berikut berfungsi sebagai panduan pembuatan skripsi ini.

BAB I : Merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, sistematika penulisan.

BAB II : Merupakan bab yang terdiri dari kajian teori, kerangka berpikir dan Hipotesis.

BAB III: Merupakan bab metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan, variabel dan definisi operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV: Merupakan bab yang menjelaskan tentang hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V : Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.