

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pakaian merupakan kebutuhan dasar bagi manusia yang dikenal sebagai fashion, seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan akan gaya fashion berkaitan erat dengan kondisi sosial, ekonomi dan juga budaya pada masanya. Hal inilah yang membuat tren fashion didunia selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, kemudian dikenal dengan sebutan mode. Salah satu fenomena global dalam dunia fashion adalah *thrifting* atau kebiasaan melakukan pembelian barang bekas yang kondisinya masih layak pakai.¹ Fenomena penggunaan pakaian barang bekas awalnya populer di negara-negara barat sebagai bentuk tanggapan terhadap isu keberlanjutan dan kritik terhadap industri fashion. Seiring pesatnya arus informasi, tren ini menyebar keseluruh Indonesia, Khususnya dikalangan generasi muda yang ingin berhemat dan ramah dengan lingkungan.²

Keberadaan *thrifting* di Indonesia sebenarnya sudah ada sejak lama, pada awal kemunculannya aktivitas ini

¹ Faninda Agnesvy dan Mochamad Iqbal, "Pengguna Trend Fashion Thrift Sebagai Konsep Diri pada Remaja di Kota Bandung," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10.02 (2022), 254-271 (h.255).

² Miranda Elekta Lojam dan Rostina, "Pengaruh Globalisasi Terhadap Fenomena Thrifting Di Indonesia," *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7.2 (2025), 84-91 (h. 84).

berkaitan dengan pakaian bekas impor yang dibawa dari luar negeri, dimana masyarakat disana biasanya memakai pakaian hanya sebentar dan kemudian akan membuangnya, kebiasaan ini kemudian ikut dipicu oleh tern fast-fashion yang membuat masyarakat menjadi konsumtif akan pakaian, sebab produksi yang gencar serta model yang terus berubah dan berkembang.³

Dilihat dari data Badan Pusat Statistis (BPS) terkait impor pakaian bekas, pada tahun 2022 impor pakaian bekas di Indonesia mengalami peningkatan signifikan, yaitu mencapai 26,22 ton dengan nilai sebesar US\$ 272.146 atau sekitar 4,18 Miliar. Angka ini melonjak hingga 230,40% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 7,49 ton dengan nilai US\$ 44.136.⁴ Data yang ada menunjukkan jika permintaan terhadap impor pakaian bekas tidak terlepas dari tingginya minat beli masyarakat Indonesia terhadap produk *thrifting*. Namun, pemerintah telah melarang impor pakaian bekas lewat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51 / M – DAG / PER / 7 / 2015. Alasan, ketetapan ini diberikan untuk kesehatan dan menjaga industri tekstil dalam negeri,

³ Nabilla Dara, Romi Adetio, dan Padlim Hanif, “Gaya Hidup Masyarakat Dan Minat Beli Pakaian Bekas (Thrift) Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Mu’amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 16.2 (2024), 119-130 (h. 123).

⁴ Margareta Asni Hayati dan Eko Prasajo, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor Thrift Di Yogyakarta,” *Journal Competency of Business*, 8.1 (2024), 2777-1156 (h. 99)

maraknya aktivitas *thrifting* ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemerintah dan perilaku konsumsi masyarakat.⁵ Akan tetapi, Survei Goodstats memperlihatkan bahwa hampir setengah dari anak muda Indonesia, yakni 49,4%, pernah membeli pakaian bekas.⁶

Di Kota Bengkulu, salah satu pusat aktivitas *thrifting* yang banyak peminat terdapat di Pasar Panorama. Pasar ini memiliki setidaknya 203 kios yang secara khusus menjual pakaian bekas, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan untuk membandingkan kualitas dan harga dari satu kios ke kios lainnya.⁷ Tingginya minat masyarakat Kota Bengkulu terhadap pakaian bekas membawa dampak yang signifikan, baik pada pelaku usaha maupun perputaran ekonomi lokal. Hal ini tetap terjadi walaupun pemerintah memberlakukan larangan impor pakaian bekas, tercermin dari meningkatnya harga per bal pakaian bekas. Jika sebelumnya hanya Rp. 5-5.5 Juta, saat ini naik menjadi Rp 7-8 Juta. Kenaikan ini menunjukkan permintaan yang terus bertahan, bahkan pedagang mampu meraih omzet Rp 1-1.5

⁵ Jholanda dan Amelia Anwar, "Sustainable Fashion: Fenomena Thrifting Dan Peran Subsektor Fashion Terhadap Perekonomian Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 6.1 (2025), 1-7 (h.2)

⁶ Sefira Rachma Julia, Rizqa Amelia Zunaedi, dan Perdana Suteja Putra, "Analisis persepsi Generasi Z terhadap pembelian pakaian bekas pada sosial media di Indonesia," *Journal of Management and Digital Business*, 4.2 (2024), 157-174 (h. 158)

⁷ Rina Gustina dan Dan Ayu, "Analisis Makna Terhadap Barang Branded Thrifting Oleh Generasi Z: Studi Kasus Pembeli Di Pasar Panorama Kota Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Idea*, 3.2 (2024), 1-10 (H.5-6).

Juta per hari dengan menjual pakaian pada kisaran Rp. 10.000 hingga Rp.70.000 perpotong.⁸ Kondisi ini menunjukkan bahwa *thrifting* telah menjadi fenomena ekonomi lokal yang menarik untuk dikaji lebih dalam, khususnya karena melibatkan interaksi antara perilaku konsumsi masyarakat yang tinggal di Kota Bengkulu, serta memperlihatkan adanya potensi pasar yang besar dan peluang agar dapat meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan.

Sejalan dengan meningkatnya praktik *thrifting* dimasyarakat, terdapat beberapa faktor yang mendorong minat beli pakaian bekas antara lain gaya hidup, harga dan kualitas produk. Dalam konteks gaya hidup, konsumen yang memiliki keinginan agar dapat tampil beda, unik, dan mengikuti perkembangan tren biasanya akan lebih mudah tertarik dengan thrift, sebab dapat dianggap mampu mewakili kepribadian mereka. Gaya hidup seseorang dapat terlihat melalui aktivitas, minat dan opini yang dimilikinya.⁹

Selanjutnya, faktor harga dapat menjadi bahan pertimbangan karena pakaian bekas sering kali menawarkan

⁸ Azmaliar Zarus, "Bisnis Fashion Thrifting Masih Tren di Panorama Kota Bengkulu," 24 januari 2024 <https://radarbengkulu.bacakoran.co/read/1570/bisnis-fashion-thrifting-masih-tren-di-panorama-kota-bengkulu?utm_source=com> [diakses 29 September 2025].

⁹ Fauzan Bahamarianto Fajirin dan Rachma Indrarini, "Pengaruh Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif di Surabaya)," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4.2 (2021), 156-167 (h.158)

harga yang murah, sehingga dapat menarik konsumen agar mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Harga berperan penting dalam strategi pemasaran dan mendukung minat beli konsumen yang biasanya berkaitan dengan kualitas produk. Produk yang mahal dianggap berkualitas tinggi sedangkan produk murah di asumsikan kurang baik. Oleh karena itu, harga sering dijadikan acuan oleh konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa.¹⁰

Faktor selanjutnya yang dapat jadi pertimbangan yaitu kualitas produk, sebab biasanya konsumen akan mempertimbangkan kondisi fisik, dan kelayakan pakaian. Kualitas produk merupakan ciri atau sifat yang melekat pada barang atau jasa yang membuatnya mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Walaupun pakaian thrift umumnya adalah pakaian bekas, konsumen akan tetap mengharapkan kualitas yang layak dari produk yang dipilih.¹¹

Dalam perspektif ekonomi islam, konsumsi bukan hanya pemenuhan kebutuhan, tetapi juga harus bermanfaat dan menghindarkan diri dari pemborosan. (QS. Al-Isra': 26-

¹⁰ Nia Yuliana dan Tri Ratna Pamikatsih, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Iphone Di Solo Raya," Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), 2.1 (2023), 318-329 (h.320)

¹¹ Magdalena Liessantri Ndraha, Ir Budi, dan Santosa Kramadibrata, "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Thrifting di Pasar Senen," jurnal Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital, 2.1 (2025), 216-237 (h.218).

29) umat islam diingatkan untuk tidak menghamburkan harta pada hal-hal yang sia-sia atau tidak bermanfaat.¹² *Thrifting* dapat dipandang sebagai praktik konsumsi yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, sebab dapat mendukung mengurangi pemborosan sumber daya dan memberi akses untuk masyarakat berpendapatan rendah mendapatkan pakaian layak, selama aktivitas jual belinya transparan dan tidak menipu, serta barang yang dijual termasuk aspek *thayyib* (layak), maka hal ini tidak akan bertentangan dengan prinsip ekonomi islam.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil beragam, salah satunya penelitian Agnes A Tahya et.al. di Pasar Mardika, menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.¹³ Sejalan dengan hal itu, hasil penelitian oleh Afian dan Fajari di SA Thrift Shop membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan namun tidak dengan harga terhadap minat beli pakaian second.¹⁴ Meskipun *thrifting* semakin populer di Indonesia, masih belum banyak

¹² Nurma Hasanah, Tuti Angraini, dan Rahmat Daim Harahap, "Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan," *MES Management Journal*, 2.1 (2022), 1-13 (h.5)

¹³ Agnes A Tahya et al., "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* di Pasar Mardika Kota Ambon," *Jurnal Administrasi Terapan*, 3.2 (2024), 422–33.

¹⁴ Fitri Dewi Afiany dan Imam Arif Fajari, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa Thrift Shop," *Ekonam: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4.1 (2022), 18–24

penelitian yang secara bersamaan menggabungkan antara variabel gaya hidup, harga, dan kualitas produk dalam konteks masyarakat Kota Bengkulu, terlebih penelitian yang membahas aspek perilaku konsumen dengan perspektif ekonomi syariah yang masih terbatas. Dengan demikian, peneliti berupaya untuk mengisi kekosongan tersebut supaya dapat memberikan kontribusi ilmiah yang baru melalui judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Bengkulu)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu?
4. Apakah Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli pakaian bekas pada masyarakat kota Bengkulu

D. Kegunaan Penelitian Ini Meliputi:

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan teori serta pengetahuan dibidang pemasaran, khususnya terkait pada perilaku konsumen terhadap pakaian bekas.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih dalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pakaian bekas, yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman dalam pengambilan keputusan bisnis atau penelitian lebih lanjut.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa menjadi acuan atau dasar untuk penelitian lebih lanjut yang mendalami aspek lain dalam perilaku konsumen terkait thrifting

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan Ariawan, Rosmina Hiola, dan Ni Kadek Ebiyanti dengan judul “Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pakian Second Di Thrify Culture Gorontalo” tujuan pada penelitian ini adalah guna mengetahui dampak pengaruh produk serta harga, baik secara simultan dan parsial terkait minat beli konsumen (y). metode yang dipakai adalah kuantitatif, dan sampelnya berjumlah 100 responden, penarikan sampel menggunakan Accidental sampling, metode analisis yang dipakai adalah path analys atau analisis jalur menggunakan SPSS. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, variabel independen yaitu kualitas produk dan harga, sedangkan variabel dependen adalah minat beli konsumen. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas dan harga secara simultan signifikan berpengaruh terhadap minat beli, dan harga merupakan faktor yang lebih kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian.¹⁵

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nuzul Hidayat, et al., berjudul “*The Effect of Frugality, Environment, and Social Support on Purchase Intention of Thrifting Clothing Moderated by Price Sensitivity*” penelitian ini

¹⁵ Ariawan, Rosmina Hiola, dan Ni Kadek Ebiyanti, “Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Second Di Thrifty Culture Gorontalo,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2.1 (2024), 243–61

bertujuan untuk menganalisis pengaruh Frugalitas, lingkungan, dan dukungan sosial terhadap niat beli pakaian thrifting pada Gen Z. Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dengan populasi seluruh masyarakat Generasi Z di Provinsi Nusa Tenggara Barat, dan sampel sebanyak 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, data dianalisis memakai Structural Equation Modeling (SEM)–Partial Least Square (PLS) lewat aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frugality (gaya hidup hemat) dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian thrifting, sedangkan dukungan sosial tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, sensitivitas harga terbukti memperkuat pengaruh frugality terhadap minat beli, namun melemahkan pengaruh lingkungan dan dukungan sosial terhadap minat beli.¹⁶

3. Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, Romi Adetio Setiawan, dan Debby Arisandi berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (*Thrifting*) (Studi Pada Pasar Panorama Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi

¹⁶ Nuzul Hidayat et al., “The Effect of Frugality, Environment, and Social Support on Purchase Intention of Thrifting Clothing Moderated By Price Sensitivity,” *Jurnal of Accounting, Management, and Economic Development (Jamed)*, 1.1 (2025), 34–51.

Islam)” penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian pakaian bekas (*thrifting*) di Pasar Panorma Kota Bengkulu serta meninjau dari perspektif ekonomi islam, jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, jumlah sampel penelitian sebanyak 130 responden. Teknik analisis penelitian menggunakan purposive sampling, analisis data memakai regresi linear berganda dengan SPSS 25, Variabel independen penelitain yaitu harga dan kualitas, sedangkan variabel dependen kepuasan konsumen. Hasilnya menjelaskan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹⁷

4. Penelitian oleh Achmad Zakaria Maulana Rachmad dan M. Anang Firmansyah yang berjudul “Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Badkidsweat Surabaya” penelitian tersebut bertujuan menganalisis bagaimana variabel kualitas produk, harga, dan lifestyle ini memengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas. Jenis pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 120 responden

¹⁷ Wulandari, Romi Adetio Setiawan, dan Debby Arisandi, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) (Studi Pada Pasar Panorama Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 7.1 (2025), 71–82.

dan dengan teknik purposive sampling, analisis data menggunakan regresi linear berganda untuk mengukur masing-masing variabel, alat analisis menggunakan SPSS versi 25. Variabel independen adalah kualitas produk, harga, dan lifestyle, sedangkan variabel dependen keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, harga, dan lifestyle memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian.¹⁸

5. Penelitian oleh Muhammad Eza Faisal, Citra Savitri, dan Suroso yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Di Toko Butteress Market” penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas/thrift di Butteress market. Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi pada penelitian ini sebanyak 105 konsumen dan sampel sebanyak 84 konsumen berdasarkan rumus slovin. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda, pengumpulan data melalui googleform, alat analisis menggunakan SPSS 22, variabel independent adalah

¹⁸ Achmad Zakaria Maulana Rachman dan M. Anang Firmansyah, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di BadKidsWear Surabaya,” *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2.2 (2022), 174–84.

harga dan kualitas produk, sedangkan variabel dependen keputusan pembelian. Hasil menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk itu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang bekas. Persamaan terletak pada variabel harga dan kualitas produk dan pendekatan penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaannya jumlah populasi, Teknik pengambilan sampel.¹⁹

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca untuk memahami isi penelitian, maka peneliti menyusun ringkasan sistematika penulisan yang diperlukan. Bertujuan untuk mempermudah penyajian hasil penelitian dan memastikan informasi yang disajikan dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga berguna untuk hasil penelitian, yakni:

BAB I: Dalam bab ini memberikan gambaran pada latar belakang masalah yang menjadi dasar pemilihan topik, yaitu fenomena *thrifting* di Kota Bengkulu serta relevansinya dengan ekonomi Syariah. Selanjutnya, dibahas juga rumusan masalah yang menjadi pertanyaan pokok penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian baik secara akademis maupun praktis. Bab ini juga membahas ringkasan penelitian terdahulu sebagai acuan dan

¹⁹ Muhammad Eza Faisal dan Suroso Savitri, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Di Toko Buttress Market," *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.6 (2023), 7857-7862

pembandingan, serta penjelasan singkat mengenai sistematika penulisan secara keseluruhan.

BAB II: Bab ini menjelaskan landasan teori serta konsep-konsep dalam penelitian, yaitu *theory of Planned Behavior* (TPB), teori dasar yang menjelaskan hubungan antara niat dan perilaku pembeli. Selanjutnya dibahas secara mendalam mengenai konsep gaya hidup, harga, kualitas produk, dan minat beli, dimana meliputi pengertian, faktor, dan indikator pengukuran masing-masing variabel. Bab ini juga membahas terkait ekonomi Syariah, diakhir bab terdapat kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian, serta hipotesis yang akan diuji secara empiris.

BAB III: Bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis, jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pada bagian ini dijelaskan waktu dan lokasi penelitian, serta populasi dan sampel. Bab ini juga memaparkan sumber data, Teknik pengumpulan data, serta definisi operasional setiap variabel penelitian. Selain itu, dijelaskan pula Teknik analisis data yang meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan: Bab ini memaparkan hasil pengelolaan dan analisis data yang didapat

memalui SPSS, bagian ini diawali dengan deskriptif karakteristik responden, kemudian dilanjut dengan hasil uji kualitas data. Pada bagian pembahasan, ada interpretasi hasil uji data yang ada kaitannya dengan teori dan prinsip ekonomi Syariah.

BAB V Penutup: Bab terakhir berisi ringkasan dari seluruh penelitian, kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, serta saran ditujukan untuk pihak-pihak terkait.

