



GAYA HIDUP MASYARAKAT DAN MINAT BELI PAKAIAN BEKAS (*THRIFT*) DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Nabilla Dara Kartika^{*(a,1)}, Romi Adetio Setiawan^(b,2), Padlim Hanif^(c,3)

^{abc}UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, Pagar Dewa, Selebar, Bengkulu City,
Bengkulu 38211

¹nabilladara@mail.uinfasbengkulu.ac.id

^{*}(Corresponding Author)

Article Info	Abstract
Article History Received: October 2024 Revised: December 2024 Published: December 2024	<p>This research investigates the evolving lifestyle trends that have influenced consumer preferences for secondhand clothing, commonly known as "thrift." The study aims to comprehend how lifestyle choices and consumer interests contribute to the practice of thrifting within the community, while also exploring the Islamic economic perspective on these lifestyle choices and consumer interests related to secondhand clothing utilization (thrift). Employing a qualitative research approach, the study focuses on observing and analyzing thrifting activities at the Panorama Market in Bengkulu city as its research context. The findings reveal that lifestyle plays a pivotal role in shaping consumer interest in secondhand clothing, with community lifestyle choices exerting a positive influence on this interest. Primary factors driving this interest include affordability considerations, the reliability of product quality, alignment with fashion trends, social influence from the thrifting community, and positive purchasing experiences. Furthermore, the Islamic economic perspective offers valuable insights and guidance in understanding this phenomenon.</p>
Keywords: <i>Lifestyle, Purchase Interest, Islamic Economics</i>	
Informasi Artikel Sejarah Artikel Diterima: Oktober 2024 Direvisi: Desember 2024 Dipublikasi: Desember 2024	<p>Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya gaya hidup yang menimbulkan minat beli masyarakat untuk membeli pakaian bekas (thrift). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana gaya hidup dan minat beli berkontribusi terhadap perilaku thrifting yang ada dalam komunitas, serta untuk menganalisis pandangan ekonomi Islam terhadap gaya hidup dan minat beli masyarakat dalam memanfaatkan pakaian bekas (thrift). Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan metode kualitatif. Penelitian ini difokuskan pada pengamatan dan analisis aktivitas thrifting yang terjadi di Pasar Panorama Kota Bengkulu sebagai konteks objek penelitian. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa gaya hidup memainkan peran krusial dalam minat beli terhadap pakaian bekas. Gaya hidup masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat beli terhadap pakaian bekas. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat beli tersebut meliputi pertimbangan harga yang lebih terjangkau, kualitas produk yang masih dapat diandalkan, tren mode yang berkaitan, pengaruh sosial dari komunitas thrifting, dan pengalaman positif dalam pembelian pakaian bekas. Selain itu, pandangan ekonomi Islam juga dapat memberikan panduan dan perspektif tambahan dalam pemahaman terhadap fenomena ini.</p>
Kata Kunci: <i>Gaya Hidup, Minat Beli, Ekonomi Islam</i>	

Situs: Kartika N.,D. dkk. (2023). Gaya Hidup Masyarakat dan Minat Beli Pakaian Bekas (*Thrift*) dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*. 16(2), 119-130.

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia adalah suatu keadaan ketika dirasakannya ketidakpuasan atas dasar tertentu yang sifatnya ada dan terletak dalam tubuh manusia. Misalnya saja kebutuhan sandang, kebutuhan pangan dan kebutuhan papan. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maka seseorang mengkonsumsi barang ataupun jasa yang dirasa mempunyai manfaat dan mampu memenuhi kebutuhannya tersebut.¹

Konsumsi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan karena dapat mempengaruhi kepribadian seseorang dalam bentuk kepuasan. Konsumsi yang berlebihan dalam Islam disebut dengan pemborosan (*Israf*) atau *tabzir*. *Israf* berarti mengeluarkan pembelanjaan yang tidak memiliki manfaat dan dilarang menurut hukum Islam. Sehingga dalam Islam terdapat batasan menurut syariat terkait konsumsi agar manusia tidak terbawa oleh hawa nafsu karena ingin mengikuti sebuah *tren*, yaitu larangan untuk tidak berlebihan dan masih dalam batas kewajaran.²

Kehidupan sosial suatu komunitas kadang-kadang dipengaruhi oleh orang lain yang menganggap bahwa gaya atau mode orang lain cocok dengan preferensi mereka. Sebagai contoh, ketika orang-orang dari kelas menengah ke bawah ingin menciptakan identitas gaya mereka tetapi tidak mampu membeli mode kelas atas, mereka akan mencari cara untuk tetap mengikuti tren mode dengan kualitas yang lebih rendah tetapi tetap mirip dengan yang asli. Oleh karena itu, tindakan mereka sangat bergantung pada tren yang dikembangkan oleh para penggemar mode. Gaya hidup mencakup banyak hal seperti musik, pakaian, makanan, dan lain sebagainya.³

Menurut Sumarwan, Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.⁴

Fashion atau yang kita kenal dengan istilah busana, merupakan bagian penting yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan keseharian masyarakat. Oleh karena itu, *tren* pembelian produk fashion terus berkembang dari waktu ke waktu. Keinginan dan kebutuhan fashion juga semakin tinggi dalam membeli produk *thrift*. Secara bahasa, *thrift* diambil dari kata *thrive* yaitu berkembang atau maju. Sedangkan

¹Fitri Diah Wardhani, ‘Faktor-Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas Di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro’, *Repository.Metrouniv.Ac.Id*, 2019.

²Muhammad, ‘Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam’ (yogyakarta: Anggota IKAPI, 2004).

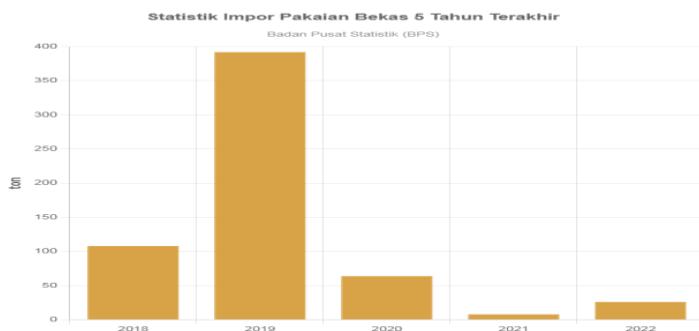
³Bimo Bati sidiq, ‘Konsep Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai Di Kalangan Mahasiswa.’, *Braz Dent J.* (Universitas Sriwijaya, 2022).

⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

kata-kata *thrift* sendiri dapat diartikan penghematan yaitu cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien.⁵

Minat masyarakat terhadap pakaian bekas tampaknya tinggi, yang dilihat dari tingkat pembelinya, tetapi juga dari harga dan kondisi ekonomi yang menguntungkan, tetapi juga untuk kesesuaian antara produk dan dirinya. Sejumlah faktor mempengaruhi perilaku konsumen . Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dibagi menjadi dua kategori yaitu faktor internal dan faktor eksternal . Yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi pekerjaan, gaya hidup, motivasi, keterampilan, dan kemampuan, sedangkan faktor eksternal meliputi kesehatan, status sosial , harga, dan kualitas. Minat ini juga dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan tentang produk yang ditawarkan, kurangnya minat dalam memutuskan untuk membeli dan juga dipengaruhi oleh pemahaman konsumen akan barang yang akan diambil.⁶

Statistik Impor Pakaian Bekas (2018-2022)



Kegiatan *Thrifting* telah menjadi ketertarikan bagi sejumlah orang yang menyukai *fashion* tetapi dengan harga beli yang terjangkau. Belakangan ini, *thrifting* menjadi topik yang ramai diperbincangkan publik. Bagaimana tidak, volume impor pakaian bekas yang masuk ke Indonesia pada 2022 jumlahnya meningkat 227,75 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 8 ton. Angka tersebut setara dengan Rp4,21 miliar. Negara yang mengimpor pakaian bekas tertinggi ke Indonesia adalah Jepang, totalnya mencapai 12 ton.⁷

Dahulu masyarakat menganggap membeli pakaian bekas itu merupakan membeli baju yang tidak layak pakai (sampah), kualitas tidak bagus dan mengakibatkan penyakit. Membeli pakaian bekas juga disebabkan ketidakmampuan untuk membeli pakaian baru yang harganya lebih tinggi. Tetapi zaman telah berubah, membeli pakaian bekas sekarang menjadi sebuah trend dan pilihan gaya hidup.

Hal ini berkaitan erat dengan gaya hidup yang modern dan harga yang relatif murah. Jual beli pakaian *thrift* atau pakaian bekas dari luar negeri semakin laris akhir-

⁵Zachary Fadli, Agustinus Februadi, dan Widi Senalasari, Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas, Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, hlm. 1156.

⁶Alen Tri Wahyuni and Adetio Setiawan, ‘Pengaruh Perspektif Generasi Z Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu) ”, 06 (2022), 111–27.

⁷GoodStarts.co.id, ‘Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir’, <<https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Adelandilaa/Statistik-Impor-Pakaian-Bekas-5-Tahun-Terakhir-RLqT>> (Diakses, 23 Maret 2023).

akhir ini di karenakan peminat pakaian *thrift* menganggap memiliki model yang berbeda dari segi desain, harga yang murah, *branded*, dan juga jarang yang memiliki jenis yang sama. Hal ini juga banyak dipromosikan oleh para *selebgram*, *blogger*, dan *influencer* sehingga para penggemar dari mereka banyak yang menirukan gaya seorang idola yang mereka dambakan karena dianggap modis dan dianggap lebih dimata orang lain.⁸

Budaya *thrift* semakin populer belakangan ini dan banyak pedagang melihat peluang bisnis dari usaha *thrift shop*. Banyak toko pakaian bekas bermunculan di pasaran sebagai bukti dari hal ini. Dikota Bengkulu tepatnya di Pasar Panorama adalah salah satu pasar yang memperjual-belikan pakaian bekas. Dari hasil observasi yang dilakukan, bahwa pedagang pakaian bekas di Pasar Panorama mendapatkan barang dari agen/distributor yang berada di palembang dengan memesan via telepon, menggunakan sistem karungan dengan transaksi menggunakan kode, misalnya pada transaksi pakaian bekas kode grade A, grade B dan grade C.

Pada studi kasus kali ini peneliti ingin mengkaji mengenai persepsi gaya hidup masyarakat dalam pembelian pakaian bekas import. Peningkatan yang cukup signifikan dalam penjualan pakaian bekas import dapat dilihat dari banyaknya toko atau outlet-outlet yang menjual pakaian bekas import. Namun dengan pertimbangan kualitas dan harga yang terjangkau serta tuntutan gaya hidup para konsumen yang tinggi akan *fashion* dapatkah mempengaruhi keputusan konsumen tersebut dalam pembelian produk pakaian bekas import. Selanjutnya, yang menjadi masalah adalah ketika barang yang dijual adalah pakaian bekas barang impor. Jika barang yang dijual adalah pakaian bekas impor, hal ini hanya akan menambah limbah tekstil baru tanpa mengurangi limbah tekstil domestik yang juga menumpuk.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Dimana penelitian lapangan atau *Field Research* merupakan penelitian yang dilakukan pada lokasi tertentu kemudian dijadikan sebagai tempat untuk meneliti gejala objektif yang terjadi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, sedangkan data-data yang diperlukan didapat melalui wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, serta dokumentasi.⁹ Lokasi penelitian ini dilakukan dipasar panorama kota bengkulu. Pemilihan lokasi penelitian ini didasari dengan pertimbangan banyaknya penggemar pakaian bekas dan pedagang pakaian bekas didaerah tersebut. Informan dalam penelitian ini terdiri dari penjual pakaian bekas, pembeli pakaian bekas dan ketua UPTD pasar kota Bengkulu.

HASIL/TEMUAN

A. Gaya Hidup dan Minat Beli dalam Mempertimbangkan Perilaku *Thrift* yang ada Pada Masyarakat

Pasar Panorama Kota Bengkulu merupakan pasar yang termasuk dalam kategori pasar pemasok pakaian bekas terbesar di Kota Bengkulu. Masyarakat menyebut nya Pasar Batam yang menjual barang-barang dengan berbagai variasi

⁸Zahra Mugny Aulia, 'Jual Beli Pakaian Bekas (Thrifting) Di Hehe.Scndstuff Perspektif Akad Salam' (Univeristas Raden Mas Said Surakarta 2022, 2022).

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

seperti baju kaos, rok, jaket, jas, sweater, tas, sepatu, hingga gaun dapat ditemukan di pasar panorama.

Gaya hidup masyarakat sesekali didasarkan pada pengaruh orang lain yang berasumsi bahwa gaya atau *style* orang lain itu sesuai dengan preferensi mereka. Misalnya saat masyarakat menengah ke bawah ingin menciptakan gaya sebagai identitasnya tetapi tidak bisa membeli *fashion* kelas atas, maka mereka akan mencari cara untuk tetap menjaga *trend fashion* dengan kualitas yang lebih rendah tetapi tetap serupa seperti aslinya. Karena itu, apa yang dilakukan orang-orang ini lebih bergantung pada *trend* yang dikembangkan oleh pecinta *fashion*.¹⁰

Eksistensi atau keberadaan *thrifting* di Indonesia sendiri diketahui sudah lama ada nya, citra yang di tampilkan pada mula nya ialah kumpulan pakaian bekas impor yang didatangkan dari luar Indonesia yang mana di luar sana pakaian hanya dipakai sementara dan kemudian dibuang begitu saja oleh pemilik nya, hal ini juga dipengaruhi trend *fast-fashion* di luar negeri yang mengakibatkan masyarakat nya sangat konsumtif terhadap pakaian yang produksinya besar-besaran dan terus mengalami kemajuan dalam segi model.¹¹

Kemudian peneliti ingin mengetahui informasi apa yang diketahui informan mengenai *Thrift* itu, karena ketika kita memakai atau mengenakan sesuatu pastinya kita sudah tahu apa nama barang tersebut, apa jenisnya, dan juga kita mencari tahu cerita dibalik barang yang akan kita kenakan.

Thrifting tidak melulu tentang pakaian bekas. Merujuk terhadap pakaian yang sebelumnya dimiliki dan digunakan orang lain sebelum dijual kembali. Namun, nyatanya kini masyarakat mengenal luas kegiatan ini dengan sebutan *thrifting* terutama mereka anak muda, dengan sebutan baru ini belanja pakaian bekas terdengar keren.

1. Pendapat masyarakat terhadap pakaian *thrift*

Menurut beberapa informan mengatakan bahwa adanya *thrift* sangat membantu mereka untuk berhemat pengeluaran dalam hal kebutuhan. Teruntuk kebutuhan dalam hal bergaya mengikuti trend dengan harga yang terjangkau. Berikut pernyataan salah satu informan bernama dari kalangan mahasiswa yaitu :

Wawancara Pertama, peneliti mewawancarai ibu Nadia yang berumur 43 tahun, berperan sebagai penjual:

*'Ibu Nadia menjelaskan bahwa ia mengetahui pakaian *thrift* barang-barang yang di eksport dari luar negeri yang sudah tidak dipakai. Jadi barang barang yang dari luar itu dipacking dan dieskpor dengan karung dan itu biasa disebut ball. saya tahu *thrift* sudah lama sekitar tahun 2015 tapi untuk berjualan disini saya baru 3 tahun. Saya biasanya membeli pakaian *thrift* ini melalui agen yang berada di Bandung melalui pemesanan via telepon dengan kode jenis pakaian yang diminta dan diantar melalui jasa kurir. Pakaian bekas yang saya beli tersebut dijual dengan harga eceran, untuk harganya sendiri tergantung dari kualitas pakaiannya, untuk pakaian yang masih lumayan bagus dapat*

¹⁰sidiq, op.cit.

¹¹Ghea Sesaria Virgina, 'Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya' (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022).

dijual mahal sedangkan yang sudah kurang bagus dijual dengan harga obral. Banyak peminat pakaian thrift dikalangan remaja. Sangat jauh berbeda harganya dengan pakaian baru dan sangat worth it, tetapi harganya terbilang murah kualitasnya pun juga masih bagus dan layak pakai. Jadi sangat bisa menghemat pengeluaran, tapi karena saya juga jual pakaian thrift pasti jadinya beli pakaianya banyak. Walau mungkin menghemat tapi juga kadang khilaf kalau ada pakaian yang bagus dibeli buat dipakai sendiri.”

Selanjutnya peneliti wawancara dengan Shopia berumur 23 tahun berperan sebagai pembeli:

“Setau saya barang thrift itu lebih murah dari pada barang yang saya beli ditoko yang masih ada label. Saya mengenal thrift sejak awal masuk kuliah, karena diajak teman saya ketempat jualan pakaian bekas. Setelah itu saya mulai tertarik menggunakan barang thrift ini karena banyak barang dengan harga yang murah. Tanggapan saya mengenai harga pakaian bekas, sangat terjangkau dan saya mulai ketagihan untuk membeli pakaian thrift ini karena di pengaruh lingkungan saya menuntut untuk tampil modis” (Hasil wawancara peneliti dengan informan)

Peneliti juga wawancara dengan ibu Nurjana berumur 30 tahun, berperan sebagai pembeli:

“Saya awalnya tidak tertarik pada pakaian bekas yang di jual di pasar panorama karena pakaian bekas tersebut tidak di ketahui kualitasnya ia juga takut akan terkena penyakit kulit tetapi seiring berjalannya waktu saya mulai menyukai pakaian bekas karena melihat teman-teman membeli pakaian bekas dengan harga yang sangat murah dan model-model bajunya sangat bagus seperti dress panjang dengan berbagai motif. Semenjak itu saya mulai tertarik dengan baju bekas. Cara pembelian yang saya lakukan yaitu dengan cara memilih baju yang layak pakai dan yang saya suka, setelah saya mendapatkan pakaian tersebut dia langsung membayarnya kepada penjual. Selama saya membeli pakaian bekas belum pernah menemukan pakaian yang cacat, kan sebelum membeli saya memeriksa pakaian tersebut. Menurut saya juga kualitas pakaian bekas bermacam-macam ada yang bagus ada juga yang tidak, seperti kadang kainnya terlalu tipis atau transparan.”

2. Faktor yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat terhadap minat beli pakaian bekas

Dalam menentukan keputusan konsumen, terdapat beberapa faktor utama yaitu:¹²

- a. Faktor Kualitas Produk

Merupakan atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya. Dalam hal ini masyarakat percaya bahwa pakaian bekas dapat menjadi pilihan yang lebih terjangkau daripada membeli pakaian baru. Karena mungkin mereka menganggap bahwa pakaian bekas masih layak pakai dengan kondisi baik.

¹²Maria Dimova Cookson and Peter M.R. Stirk, ‘Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Villa Triviona Di PT. Aek Nauli Medan)’, 2019, 10–33.

b. Faktor *Brand* atau Merek

Merupakan atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional. Sebagian masyarakat mungkin ada yang memprioritaskan *brand* tertentu saat membeli pakaian bekas. Namun, ada juga masyarakat lebih fokus pada nilai daripada *brand*.

c. Faktor Harga

Pengorbanan *riel* dan material yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk. Masyarakat menganggap harga dari pakaian bekas sebagai keuntungan besar karena biasanya lebih terjangkau daripada pakaian baru. Mereka mungkin melihatnya sebagai cara untuk menghemat uang dan tetap tampil modis.

d. Faktor Promosi

Merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk. Beberapa orang merasa terdorong untuk membeli pakaian bekas karena melihat teman, keluarga ataupun melalui media sosial. Pengaruh orang lain dalam pembelian pakaian bekas tergantung pada dinamika sosial dan budaya lingkungan tertentu.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli dalam penggunaan pakaian bekas ini merujuk ke pengalaman masyarakat. Jika masyarakat sudah sangat lama mengenal dan menggunakan *thrift* tersebut, maka tidak menutup kemungkinan kecenderungan untuk membeli barang tersebut akan selalu ada.

Pemilihan banyak pakaian bekas yang beranekaragam dan yang paling membuat tertarik mengunjungi pasar panorama karena harga yang murah jadinya bisa menghemat dan bisa membeli pakaian lebih dari satu. Juga karena kualitas produk yang didapat masyarakat bisa mendapatkan barang yang unik dan juga *branded*.

Demi untuk menunjang keinginan dan gaya hidup mengenai *trend fashion* seseorang rela membeli barang yang terkadang relatif mahal hanya untuk mengikuti *trend fashion* terkini, tapi untuk sebagian orang lainnya yang telah mengenal *thrift shop* mereka akan memilih berbelanja dengan harga murah dan kualitas bagus serta tetap dapat mengikuti *trend fashion* yang ada. Untuk saat ini minat beli seseorang terhadap *thrift* atau pakaian bekas sangatlah tinggi mengingat gaya hidup masyarakat modern selalu menginginkan prestige dan faktor range mengenai harga yang lebih terjangkau. Kepopuleran pakaian bekas semakin digemari terutama di kalangan remaja karena di anggap pakaian bekas adalah suatu mode yang unik dan klasik. Sehingga meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk pakaian bekas.

B. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Gaya Hidup dan Minat Beli Masyarakat dalam Pemanfaatan Pakaian Bekas

Gagasan di balik ekonomi Islam adalah bahwa pertumbuhan jangka panjang dan berkelanjutan dapat meningkatkan standar hidup dan kesejahteraan material masyarakat. Namun, ekonomi Islam juga menekankan nilai pemenuhan batin atau spiritualitas dalam kehidupan manusia selain kesejahteraan moneter. Oleh karena itu, tujuan pertumbuhan ekonomi dalam kerangka ekonomi Islam tidak hanya untuk meningkatkan kemakmuran material tetapi juga untuk

mencapai kesejahteraan manusia di semua tingkatan, termasuk kebahagiaan spiritual.¹³

Ada beberapa nilai-nilai yang harus diaplikasikan dalam prinsip-prinsip ekonomi Islam adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Seimbang dalam konsumsi

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga, dan *fisabilillah*. Islam juga mengharamkan sikap kikir, boros dan menghambur-hamburkan harta. 16(2), 107-118. Sesuai dengan hasil wawancara terhadap 15 orang informan menyatakan bahwa gaya hidup dan minat beli seimbang dalam konsumsi penggunaan pakaian bekas karena merujuk pada praktik berbelanja dan menggunakan pakaian bekas dengan bijak.

2. Membelanjakan harta dalam bentuk yang dihalalkan dan dengan cara yang baik.

Islam membatasi dengan hanya mengkonsumsi barang yang halal yang menunjukkan nilai kebaikan, kesucian keindahan serta akan menimbulkan kemaslahatan umat manusia. Dalam mengkonsumsi pembatasan dalam hal sifat dan cara, seorang pembeli harus jeli untuk melihat barang yang halal jangan karena murah masyarakat menjadi terlena akan nilai-nilai yang telah Islam ajarkan.

Masyarakat yang membeli pakaian bekas tidak mengetahui asal dari pakaian bekas tersebut, mereka hanya sekedar membeli saja walaupun pakaian yang mereka beli tidak tau sumbernya dari mana dan tidak hanya itu, kodrat seorang pembeli juga mempunyai etika dalam membeli yaitu tidak harus menanyai langsung dari penjual dari mana sumber mereka membeli pakaian untuk dijual.

Jadi, dalam hal halal ini, ada sesuatu hal yang dilarang dalam syariat Islam yakni, dalam memperoleh sesuatu barang ada unsur ketidakjelasan karena pada dasarnya mereka tidak mengetahui barang yang dikonsumsi halal atau haram. Islam memberikan kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebebasan itu diberikan dengan tidak melanggar batas-batas yang telah ditetapkan, serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara.

Sesuai dengan hasil wawancara kepada 15 informan menyatakan bahwa pakaian bekas yang dijual tidak mengetahui apakah barang tersebut diperoleh dari barang yang halal, karena barang yang telah dibeli dianggap sudah halal dan mereka mengambil barang tersebut bukan secara langsung tetapi dari orang lain juga, karena pada dasarnya bagi mereka namanya konsumen sudah beli dengan uang jadi mereka anggap bahwa barang yang mereka konsumsi adalah barang yang halal. Begitu juga sebagian dari

¹³Aza Nur and others, 'Pengembangan Marketing Online Shop Fifau Hijab Perspektif Hukum Ekonomi Syariah', *Al-Muamalat :Jurnal Ekonomi Syariah*, 10.2 (2023), 79–90.

¹⁴Rozalinda, Ekonomi Islam, 108-110.

masyarakat yang membeli pakaian bekas hanyalah seorang pembeli yang hanya membeli sebuah pakaian, tidak mengetahui bahwa pakaian yang mereka beli adalah barang yang halal atau haram.

3. Sederhana, Tidak Berlebih-lebihan (*israf*)

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi wajar adalah sederhana. Prinsip kesederhanan, maksudnya dalam berkonsumsi hendaknya menghindari sikap berlebihan (*israf*), karena sikap ini sangat dibenci oleh Allah swt. Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas termasuk pemborosan atau berlebih-lebihan.¹⁵

Seorang dituntut untuk selalu selektif untuk membelanjakan hartanya. Tidak semua yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli karena sifat dari kebutuhan itu sendiri sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh kondisi dan situasi itu sendiri. Suka menghambur-hamburkan uang untuk barang yang tidak harus dibeli. Itu merupakan ciri orang yang tidak mengenal Tuhan.

Sifat boros ini lah yang harus kita tinggalkan, ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang yakni terletak diantara kikir dan pemborosan. Seorang muslim mampu menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan, sehingga sedapat mungkin tidak berhutang. Diharapkan masyarakat bisa memilah-milah barang yang benar-benar sesuai kebutuhan.

Dalam konteks ini, Islam sangat menekankan pentingnya keseimbangan dalam hal jumlah, yaitu sesuai dengan tingkat keinginan, karena kita mengetahui bahwa keinginan manusia bersifat tak terbatas. Ini disebabkan karena tingkat kepuasaan manusia yang dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, kita harus mengonsumsi barang-barang yang memberikan manfaat atau kemaslahatan bagi kehidupan kita.¹⁶

Seperti halnya masyarakat dalam pembelian pakaian bekas, dengan uang 50 ribu mereka sudah dapat membeli 2 bahkan 3 pakaian. Dari situlah kebiasaan yang timbul mereka bisa berlebihan dalam membeli pakaian bekas sampai 4-10 lembar setiap pembelian. Itu bisa dikatakan berlebih-lebihan karena jumlah yang ia beli sudah melampaui batas. Dalam mengkonsumsi suatu barang yang hanya ingin memuaskan keinginannya padahal ia tidak sadar bawah yang dilakukan adalah sudah termasuk dalam berkonsumsi yang berlebihan-lebihan, walaupun pakaian bekas ini harganya terjangkau tetapi sudah termasuk dalam hanya dilarang oleh syariat Islam yakni mengkonsumsi secara berlebih-lebihan. Sebagaimana yang terdapat dalam *al-Qur'an* Surah *al-Furqan* Ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَاماً

¹⁵Lukman Hakim, 'Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam' (Surakarta: Erlangga, 2012).

¹⁶Romi Setiawan, 'The Role of Women in Fostering Family Economy in Rural Sumatra Indonesia: A Case Study', *International Journal of Management and Business Research* 1, 7.3.

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan) itu di tengah-tengah antara yang demikian”.¹⁷

Kandungan ayat tersebut menyampaikan kepada umat manusia janganlah kamu berlebih-lebihan dalam membelanjakan suatu hartamu bahwa sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang boros dan hanya mengikuti keinginan bukan kebutuhan yang dicapai.

Hasil penelitian, sederhana dalam membelanjakan suatu harta adalah dimana kita harus dituntut untuk menyimpan atau menabung sebagian harta kita serta membagikan harta kepada orang yang layak menerimanya bukan hal sebaliknya kita malah menghambur-hamburkan harta kita ataupun boros dalam membeli suatu barang yang pada dasarnya manusia hanya memenuhi secara kebutuhan bukan secara keinginannya. Dilihat dari sebagian masyarakat yang membeli pakaian bekas ini sudah jelas bahwa mereka membeli pakaian bukan sekedar kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginannya, jumlah yang mereka beli sudah melanggar aturan syariat Islam, yang dimana Allah melarang kita untuk hidup boros dalam membelanjakan harta kita.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, sebagian masyarakat terkadang membeli pakaian bekas (*thrift*) hanya sekedar keinginan dan kepuasaan mereka saja bukan dikarenakan kebutuhan yang mendasari untuk mereka membelinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, menyimpulkan bahwa gaya hidup memainkan peran krusial dalam minat beli terhadap pakaian bekas.

1. Gaya hidup masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat beli terhadap pakaian bekas. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi minat beli tersebut meliputi pertimbangan harga yang lebih terjangkau, kualitas produk yang masih dapat diandalkan, *tren mode* yang berkaitan, pengaruh sosial dari komunitas *thrifting*, dan pengalaman positif dalam pembelian pakaian bekas.
2. Selain itu, pandangan ekonomi Islam juga dapat memberikan panduan dan perspektif tambahan dalam pemahaman terhadap fenomena ini. Gaya hidup dan minat beli pakaian *thrift* masyarakat masih belum sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam ekonomi Islam. Pertama, masyarakat dikategorikan kedalam tindakan berlebih-lebihan (*israf*), karena dalam pembelian pakaian *thrift* mereka terkadang melebihi batas. Walaupun *thrift* ini dapat menghemat pengeluaran masyarakat. Mengkonsumsi sesuatu yang murah dapat dikatakan sebagai kebutuhan yang sangat diperlukan tetapi jika sudah berlebihan itu juga termasuk dalam pemborosan. Penulis memandang bahwa masyarakat yang membeli pakaian bekas ini secara umum sudah melanggar aturan syariat Islam dan tidak menerapkan dalam diri mereka

¹⁷Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran.'

bahwa perilaku boros adalah sifat yang tidak disukai oleh Allah, yang meraka pentingkan untuk memuaskan keinginan mereka dalam membeli suatu barang yang mereka beli bukan didasari kebutuhan.

B. Saran

Penggunaan pakaian bekas sebagai wujud *eksistensis* merupakan pilihan akan gaya hidup yang diminati oleh masyarakat. Dalam melakukan kegiatan konsumsi alangkah baiknya sesuai dengan perilaku konsumen Islam yang mana harus dipenuhi dahulu antara kebutuhan bukan keinginan ,karena dalam Islam melarang melakukan konsumsi dengan unsur berlebih-lebihan (boros), mubazir, karena Islam lebih menyukai kesederhanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alen Tri Wahyuni and Adetio Setiawan, ‘Pengaruh Perspektif Generasi Z Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu) ””, 06 (2022), 111–27.
- Aza Nur and others, ‘Pengembangan Marketing Online Shop Fifau Hijab Perspektif Hukum Ekonomi Syariah’, *Al-Muamalat :Jurnal Ekonomi Syariah*, 10.2 (2023), 79–90.
- Bimo Bati sidiq, ‘Konsep Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai Di Kalangan Mahasiswa.’, *Braz Dent J.* (Universitas Sriwijaya, 2022).
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran.*’
- Fitri Diah Wardhani, ‘Faktor-Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas Di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro’, *Repository.Metrouniv.Ac.Id*, 2019.
- Ghea Sesaria Virgina, ‘Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Surabaya’ (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022).
- GoodStarts.co.id, ‘Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir’, <<https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Adelandilaa/Statistik-Impor-Pakaian-Bekas-5-Tahun-Terakhir-RLqT>> (Diakses, 23 Maret 2023).
- Lukman Hakim, ‘Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam’ (Surakarta: Erlangga, 2012).
- Maria Dimova Cookson and Peter M.R. Stirk, ‘Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Villa Triviona Di PT. Aek Nauli Medan)’, 2019, 10–33.
- Muhammad, ‘Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam’ (yogyakarta: Anggota IKAPI, 2004).
- Romi Setiawan, ‘The Role of Women in Fostering Family Economy in Rural Sumatra Indonesia: A Case Study’, *International Journal of Management and Business Research* 1, 7.3.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam*, h.108-110
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

Zachary Fadli, Agustinus Februadi, dan Widi Senalasari, Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas, Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, hlm. 1156

Zahra Mugny Aulia, 'Jual Beli Pakaian Bekas (Thrift) Di Hehe.Scndstuff Perspektif Akad Salam' (Univeristas Raden Mas Said Surakarta 2022, 2022).