

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman sekarang ini kebutuhan manusia semakin meningkat yang selalu diikuti dengan keinginan, sehingga masyarakat sulit membedakan antara kebutuhan primer, dan kebutuhan sekunder. Masyarakat di zaman ini seolah-olah di paksa untuk hidup di zaman *modern*, sehingga segala kebutuhan yang dipenuhi harus beriringan dengan keinginan mereka, dan mengakibatkan adanya perilaku pemakaian yang berlebihan. Pakaian merupakan salah satu produk yang digunakan oleh masyarakat baik individu ataupun kelompok untuk menutupi dirinya. Maka dari itu setiap orang berlomba-lomba untuk ke pusat perbelanjaan dan melakukan aktivitas pembelian terhadap suatu produk.¹

Dengan kebutuhan yang disertai adanya keinginan ini setiap individu tidak peduli pakaian apa yang digunakan baik itu pakaian bekas maupun pakaian baru. Pembelian pakaian yang secara berlebihan yang dilakukan oleh setiap individu tanpa mempedulikan jenis pakaian baik dari model dan mereknya ini akan mengakibatkan permintaan akan suatu barang tersebut semakin banyak diproduksi. Masyarakat selalu membeli pakaian dan sudah tidak mempedulikan pakaian yang dibeli baik pakaian baru maupun pakaian bekas, yang penting keinginannya untuk membeli pakaian sudah terpenuhi sesuai dengan

¹Antri Arta, M. Lutfi, M. Mashudi, 2024, Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Thrifting. (Jurnal Simki Ekonomi: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung) Vol. 7 No. 1, h. 1-10

keinginannya. Maraknya penjualan produk *thrifting import* di Indonesia semakin meningkat terkhususnya di daerah Maluku yang para pedagang melakukan penjualan pakaian bekas yang mana terdapat di pasar Lorong Tahu karena banyak masyarakat yang meminati *thrifting* tersebut dapat dilihat dari segi harga dan kualitas barang sehingga banyak diminati. Hal ini mengakibatkan bisnis *thrifting* semakin berkembang, selain harga yang murah *thrifting* ini juga membantu untuk setiap individu yang mau membeli pakaian yang masih layak dipakai tetapi dengan merek ternama.

Harga produk, khususnya pakaian, merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam proses pembelian. Selain berperan dalam menentukan besarnya pendapatan yang diperoleh perusahaan atau pelaku usaha, harga juga menjadi indikator nilai yang dirasakan oleh konsumen. Oleh karena itu, penetapan harga jual memiliki peranan strategis dalam kegiatan bisnis karena berkaitan langsung dengan nilai serta manfaat yang ditawarkan oleh suatu produk atau jasa. Dalam pengambilan keputusan pembelian, konsumen cenderung menjadikan harga sebagai salah satu pertimbangan utama.²

Minat beli konsumen dapat diartikan sebagai kecenderungan psikologis yang muncul setelah konsumen menerima rangsangan dari produk yang diamati. Rangsangan tersebut menimbulkan ketertarikan untuk mencoba produk, yang selanjutnya berkembang menjadi keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Dengan demikian, minat beli memiliki peran yang sangat penting dalam

²Fa'ziah Maulidah, and Irma Russanti. 2021, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas, Unesa: Jurnal Tata Busana 10, h. 62–68

mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.³ Sementara minat beli masyarakat terkait dengan pakaian bekas tetap ada karena di Lorong Tahu merupakan salah satu lorong di wilayah kelurahan Rijali yang tersedia dalam penjualan atau salah satu pusat penjualan pakaian bekas (rombengan) sehingga menarik minat para pembeli untuk datang membeli pakaian bekas tersebut dan minta itu muncul karena harga yang bervariasi.

Berkenaan dengan minat beli pakaian bekas yang dijual oleh pelaku usaha pada penetapan harga sesuai dengan produk yang baru dibuka bal/karung yang didalamnya berisikan sejumlah pakaian bekas dengan beragama jenis dengan penetapan harga pakaian bekas yang bervariasi mulai dari kisaran harga Rp 30.000 sampai harga Rp 50.000 harga ini yang ditetapkan untuk baju kaos, dan baju kemeja. Sedangkan untuk baju daster dan baju inner dari harga Rp 60.000 menjadi Rp 80.000. Hal tersebut menjadikan minat beli masyarakat meningkat disebabkan karena harga yang bervariasi tersebut dari setiap lembarnya yang dijual kepada pembeli.

Hubungan antara variabel penetapan harga dan minat beli konsumen sering kali dikaitkan dengan hukum permintaan. Dalam teori ekonomi, hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu komoditas, maka jumlah permintaan terhadap komoditas tersebut akan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila harga suatu komoditas semakin tinggi, maka jumlah permintaannya cenderung menurun, dengan asumsi faktor-

³Ariawan Ariawan and Universitas Ichsan Gorontalo, 2024, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pakaian *Second Di Thrifty Culture* Gorontalo (Jurnal Manajemen Bisnis Ekonomi: Universitas Ichsan Gorontalo), h. 244

faktor lain yang memengaruhi permintaan berada dalam kondisi tetap (*ceteris paribus*).⁴ Ini berarti ada korelasi antara harga dan minat beli, semakin tinggi harga barang, semakin rendah minat beli.⁵ Tetapi yang dilihat kasat mata peneliti harga pakaian bekas turun itu ketika adanya pembukaan Bal (buka baru) yang berisikan pakaian bekas, bukan berdasarkan permintaan oleh konsumen kepada penjual. Adapun harga yang diminta oleh konsumen itu tergantung dari pembelian dari beberapa pakaian dan itupun melalui tawar menawar sehingga penjual mau menurunkan harga pakaian bekas agar bisa laku terjual.

Dari hasil observasi awal penulis melihat ada para pelaku usaha menjual berbagai macam produk yang terdapat di Pasar Lorong Tahu. Pasar Lorong Tahu adalah tempat dimana para pelaku usaha menjual produknya yang terdiri dari pakaian bekas, motor bekas, warung makan, pangkas rambut dan lainnya. Tetapi disini penulis lebih fokus ke pelaku usaha yang menjual pakaian bekas. Penulis melakukan penelitian terhadap penetapan harga yang dilakukan pelaku usaha pakaian bekas agar bisa menarik minat dari para konsumen sehingga pelaku usaha pakaian bekas bisa mendapatkan keuntungan dari pembelian pakaian bekas. Kemudian penulis melakukan wawancara dengan salah satu penjual pakaian bekas dimana dari hasil wawancara para penjual pakaian bekas melakukan berbagai macam strategi agar bisa menarik minat beli dari konsumen. Strategi yang dilakukan yaitu mencarikan pakaian bekas yang sesuai dengan selera dan

⁴Rini Elvira, 2020, Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam), *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 15.1, h. 47–60, doi:10.32939/islamika.v15i1.35.

⁵Kholida Qothrunnada, 2022, Hukum Permintaan: Pengertian, Bunyi, Contoh Serta Faktor Yang Mempengaruhinya, *Detikfinance*, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6020834/hukum-permintaan-pengertian-bunyi-contoh-serta-faktor-yang-mempengaruhinya> di akses 13 September 2024

menurunkan harga agar konsumen bisa tertarik dan dapat membeli produk *thrifting* tersebut.⁶

Dari observasi yang peneliti lihat dari penetapan harga terhadap pakaian bekas tidak menentu dimana ketika konsumen datang dan melihat pakaian bekas tersebut dan sebutkan harga dari pakaian bekas tetapi konsumen memilih untuk membeli pakaian bekas di tempat yang sama dengan penjual yang berbeda. Untuk itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan bagaimana pengaruh penetapan harga pakaian bekas agar bisa menarik minat beli dari konsumen yang datang dan memilih pakaian bekas yang dijual oleh penjual tersebut yang berada di pasar lorong tahu. Untuk itu yang dapat dilihat dari peneliti terkait konsumen, konsumen lebih tertarik dengan harga produk yang jauh lebih murah tetapi masih mempunyai kualitas dari bahan produk tersebut, sehingga daya minat beli konsumen dan penetapan harga menjadi target utama untuk diteliti.

Dengan demikian dalam islam membolehkan adanya kebebasan harga, artinya segala yang menyangkut dengan konsep harga yang timbul dapat diterima sesuai dengan ajaran islam, dengan syarat tidak ada dalil yang menentangnya dan harga yang ditentukan dengan secara adil dengan persetujuan yang bersangkutan baik penjual maupun pembeli.

Dalam islam segala aktivitas dilakukan harus berdasarkan hukum syariah sehingga dalam penjualan pakaian bekas selain mendapatkan keuntungan ada juga prinsip tolong menolong di dalamnya. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Al-qur'an surah Al-Maidah: ayat 2

⁶ Hasil Observasi Dan Wawancara Penulis Dengan Mama Indah Selaku Penjual Produk *Thrifting* Di Pasar Lorong Tahu Kota Ambon 1-3 Juni 2024

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan: “Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya”⁷

Dari ayat tersebut sudah dijelaskan bahwa hendaklah kita sebagai manusia harus saling tolong menolong dalam mengerjakan kebajikan. Tolong menolong yang dimaksudkan dalam sistem jual beli penjual melakukan aktivitas penjualan dan konsumen mengeluarkan uang untuk membeli pakaian yang dijual oleh penjual. Sehingga terpenuhi kebutuhan dari keduanya dimana penjual mendapatkan uang dari hasil penjualan dan konsumen mendapatkan barang yang diinginkan. Dalam al-qur’an surah al-maidah juga ada larangnya sebagai penjual harus adil dan jujur dalam melakukan aktivitas penjualan dalam hal ini penetapan harga. Penetapan harga juga harus didasarkan kerelaan suka sama suka yang tidak merugikan antara penjual dan pembeli serta tidak ada unsur keterpaksaan. Dalam hal ini penjual harus menetapkan harga atas dasar kerelaan tetapi juga harus melihat kondisi dari modal yang dikeluarkan agar adanya keseimbangan.

Sebagaimana Dalam al-qur’an surah An-nisa ayat 29 juga Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁸

⁷ Terjemahan kemenag 2019 Al-Qur’an Surah Al-maidah ayat 2

⁸ Terjemahan kemenag 2019 Al-quran Surah An-Nisa ayat 29

Dalam Surah An-Nisa ayat 29, Allah melarang kita mengambil hak atau harta orang lain dengan cara yang tidak dibenarkan oleh syariat atau secara batil. Namun, hal tersebut diperbolehkan apabila dilakukan melalui transaksi perdagangan yang sah dan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak.⁹ Dari ayat ini juga dapat disimpulkan bahwa antara penjual dan pembeli harus melakukan transaksi atas dasar suka sama suka dimana penjual dalam menetapkan harga tidak terlalu mahal dari segi kualitas pakaian bekas yang akan dibeli konsumen nantinya, dan konsumen ketika membeli dan melakukan tawar menawar tidak melebihi dari pokok penjualan. Sehingga harga yang ditawarkan tidak dapat merugikan pihak penjual.

Harga suatu produk mencerminkan besarnya nilai yang dirasakan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya terhadap produk yang dibeli. Konsumen bersedia membayar harga yang relatif tinggi apabila mereka meyakini bahwa produk tersebut mampu memberikan tingkat pemenuhan kebutuhan atau kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, apabila konsumen menilai bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh dari suatu produk tergolong rendah, maka konsumen cenderung enggan membayar dengan harga yang tinggi. Oleh karena itu, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini juga bisa dilihat dari harga pakaian bekas walaupun ada pengurangan nilai dari pakaian tersebut tetapi konsumen berasumsi dengan membeli pakaian bekas dapat memenuhi kebutuhannya maka konsumen akan membelinya. Pakaian bekas adalah pakaian yang telah dipakai oleh pembeli

⁹Aris Munandar and Ahmad Hasan Ridwan, 2023, Tafsir Surat An- Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Salam Dalam Praktek Jual Beli Online, 7.1, h. 271–87.

utamanya namun tidak terpakai dengan keadaan pakaian yang masih layak dipakai dan dijual kembali. Di pasar lorong tahu para pelaku usaha yang menjual pakaian bekas yang dapat dilihat dengan kasat mata peneliti semua pakaian bekas yang masih layak dipakai dan dibeli oleh konsumen.

Penetapan harga secara relatif dilakukan karena adanya kemungkinan terjadinya perubahan harga selama proses penjualan berlangsung. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pencapaian target keuntungan yang telah ditetapkan sebelumnya menjadi tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini disebabkan oleh adanya perilaku pembeli yang masih melakukan penawaran harga dalam proses transaksi.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait Pengaruh Penetapan Harga Jual Produk *Thrifting* Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Perspektif Bisnis Islam Dengan Studi Kasus Pakaian Bekas di Pasar Lorong Tahu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan masalah, antara lain:

1. Apakah penetapan harga jual produk *thrifting* berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
2. Bagaimana minat beli dilihat dari perspektif bisnis islam?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi masalah hanya mengacu kepada pakaian bekas untuk penelitian.
2. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan variabel penetapan harga jual dan variabel minat beli konsumen dalam perspektif perspektif bisnis islam.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual produk *thrifting* terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui minat beli dari perspektif bisnis islam.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini ada sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis ini adalah:

- a. Dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang usaha untuk penetapan harga jual produk *thrifting* terhadap minat beli konsumen untuk sebagai referensi perpustakaan.

- b. Memberikan sumbangan pemikiran pada penelitian-penelitian yang akan datang apabila akan mengadakan penelitian yang serupa maupun akan melanjutkan penelitian ini.

2. Manfaat praktis

Sebagai bahan informasi untuk menambah pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana penetapan harga jual produk *thrifting* dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

F. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional judul dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penetapan harga merupakan suatu ketentuan yang berkenaan dengan harga pakaian yang dijual oleh pedagang untuk memperoleh keuntungan dalam hal ini adalah harga pakaian bekas yang terdapat di pasar Lorong Tahu.
2. Minat beli dalam penelitian ini yakni ketertarikan pembeli terhadap pakaian bekas yang di jual oleh pedagang pakaian bekas (rombengan) yang ada di lorong tahu kota Ambon.
3. Produk *Thrifting* dalam hal ini adalah pakaian bekas (rombengan) dalam hal ini yakni pakain bekas antara lain baju dan celana baik pendek maupun panjang yang di gantung atau di pajang oleh pedagang pakaian yang ada di pasar Batu merah khususnya pakaian bekas di Lorong Tahu.