

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain pangan dan papan, yang tidak hanya berfungsi untuk menutupi aurat dan melindungi tubuh dari paparan elemen lingkungan seperti panas matahari, hujan, angin, salju, serangga, atau bahan kimia, tetapi juga telah berevolusi menjadi simbol status sosial, identitas diri, dan ekspresi mode seiring perkembangan peradaban. Dalam Al-Qur'an Allah SWT menegaskan fungsi primer pakaian dalam QS. Al-A'raf : 26. Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu sebagai bahan pakaian untuk menghias diri, Akan tetapi, pakaian takwa itulah yang paling baik, Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah agar mereka selalu ingat. yang menunjukkan batasan syariah agar pakaian tidak hanya keindahan tetapi juga membawa nilai takwa, sementara QS. An-Nahl : 14 memperbolehkan perhiasan dan hiasan dari karunia Allah untuk bersyukur. Fenomena penjualan baju bekas (second-hand clothing) kini menjadi tren global dan nasional di Indonesia, terutama di kalangan milenial dan generasi Z, karena menawarkan akses produk bermerek impor seperti Gucci, Supreme, Lacoste, H&M, atau Uniqlo dengan harga terjangkau sering kali setengah harga atau kurang sambil mendukung prinsip ekonomi sirkular,

pengurangan limbah tekstil, dan efisiensi konsumsi yang bekas (efektif dan hemat). Secara ekonomi, pasar bekas bersaing dengan ritel konvensional melalui penjualan jalanan murah, toko eksklusif untuk ukuran khusus atau kostum, serta platform online dengan jaminan tukar dan konsep daur ulang yang ramah lingkungan, sehingga konsumsi baju bekas bersifat transversal lintas kelas sosial tanpa tekanan ekonomi semata. Di Indonesia, istilah baju bekas berasal dari "*thrive*" (tumbuh berkembang), mencerminkan gaya hidup hemat yang memuaskan dengan barang langka berkualitas tinggi, sebagaimana dijelaskan Gafara dalam Ghilmansyah et al. (2022), dan telah menjadi fenomena urban seperti di Solo Raya, Banyumas, atau Aceh.

Dalam perspektif ekonomi Islam, yang bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, ijma', dan qiyas, transaksi jual beli pakaian bekas harus memenuhi prinsip halal-thayyib (suci dan baik/manfaat), bebas gharar (ketidakjelasan kondisi barang), tadlis (penipuan tersembunyi), serta dilandasi tauhid (keyakinan Allah pemilik sumber daya), akhlak Nabi (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*), keadilan, keseimbangan (anti-*israf*/pemborosan), dan kebebasan individu dengan akuntabilitas akhirat. Ekonomi Islam bertujuan kesejahteraan umat (falah dunia-akhirat) dengan manusia sebagai khalifah yang mengelola sumber daya secara adil, di mana kualitas produk menjadi senjata strategis untuk loyalitas pelanggan, peningkatan pangsa pasar, dan produktivitas, sebagaimana Kotler dan Armstrong mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk memenuhi fungsi, daya tahan, keawetan, dan harapan konsumen. Penelitian seperti Julekha (2023) menunjukkan

pengaruh kualitas baju bekas terhadap keputusan beli di Solo Raya, sementara Malik et al. (2022) dan Afry Yanti (2021) mengonfirmasi kualitas sebagai faktor utama di tengah persaingan globalisasi dan konsumen cerdas yang dipengaruhi teknologi informasi.

Pasar Baru Permai, terletak di Jl. Pasar Baru Kertak Baru Ilir, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, muncul sebagai pusat perdagangan baju bekas yang ramai dan diminati masyarakat lokal, dengan pedagang menawarkan pakaian bekas impor yang telah disortir, dicuci, dan ditata untuk menarik konsumen dari berbagai lapisan. Kualitas produk baju bekas di pasar ini bervariasi secara signifikan, dipengaruhi oleh faktor-faktor utama seperti kondisi fisik (tingkat keausan kain seperti pilling/bubbling, sobek/berlubang, jahitan/kancing lepas, kusam/menipis), kebersihan dan higienitas (bau tidak sedap, noda membandel, jamur/lembap dari penyimpanan buruk), bahan tekstil (katun tebal, denim, wool yang tahan lama vs sintetis murah yang cepat rusak), serta metode penyimpanan (paparan lembap menyebabkan jamur, penumpukan berlebih menimbulkan kusut permanen, sinar matahari menguningkan kain putih). Konsumen menilai kualitas secara visual dan struktural (Guiot & Roux, 2010), sementara pedagang menerapkan prinsip syariah seperti pembersihan untuk higienis, transparansi kondisi (tabligh), dan penataan cerdas (fathanah), tetapi potensi masalah tetap ada, seperti ketidakjelasan cacat yang merugikan konsumen dan melanggar amanah.

Praktik di Pasar Baru mencerminkan ekonomi Islam secara parsial:

tauhid mendorong syukur atas rezeki baju bekas sebagai hobi hidup, akhlak melalui kejujuran informasi via media sosial dan pengiriman tepat waktu, keadilan dengan harga sepadan mutu tanpa diskriminasi pelanggan, keseimbangan via pengelolaan stok anti-pemborosan, serta kebebasan individu bagi pekerja shalat atau konsumen memilih sendiri. Namun, variasi kualitas berpotensi menimbulkan gharar jika tidak diungkap jujur, sebagaimana kritik pada thrift impor di studi Ahmad Munif (2021) dan Hafifah Agustina (2018). Dibandingkan penelitian terdahulu seperti Cici Miftahul Aini (2023) di Cutnana Store Aceh yang fokus kehalalan branded baju bekas, Novita Argiana Saputri (2023) di Banyumas pada loyalitas via harga-kualitas-media sosial, atau Tamam (2024) tentang baju bekas syariah, penelitian ini unik pada Pasar Baru Banjarmasin dengan pendekatan kualitatif lapangan (wawancara pedagang-konsumen, observasi, dokumentasi) untuk mengidentifikasi faktor kualitas dari dua perspektif dan mengkaji penerapan prinsip syariah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil latar belakang di atas, maka permasalahan yang penulis identifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk baju bekas di pasar baru kota banjarmasin dari perspektif pedagang dan konsumen?

2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam penjualan baju bekas di Pasar Baru kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk baju bekas di Pasar Baru kota Banjarmasin dari perspektif pedagang dan konsumen.
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam penjualan baju bekas di Pasar Baru kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi yang penting baik secara akademis dan praktis :

1. Signifikansi Akademis :
 - a. Memberikan kontribusi literatur tentang ekonomi Islam dan perilaku konsumen dalam konteks baju bekas.
 - b. Menambah khazanah kepustakaan uin antasari
2. Signifikansi Praktis
 - a. Memberikan rekomendasi kepada penjual untuk meningkatkan kualitas produk dan transaksi sesuai syariah.
 - b. Menjadi dasar pertimbangan bagi pemerintah dalam mengatur praktek penjualan baju bekas agar selaras dengan prinsip islam.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahan dalam pengertian judul ini, penulis harus mendefinisikan istilah-istilah yang termasuk dalam judul tulisan ini, sebagai berikut:

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kualitas produk adalah kadar mutu,tingkat buruknya suatu tentang barang dan sebagainya. (Prayitno et al, 2018, hal. 2). Kualitas produk adalah sesuai dengan tingkat keunggulan barang/jasa untuk memenuhi harapan konsumen, dinilai melalui indikator seperti kinerja, daya tahan dan keandalan. Singkatnya, hal ini mendorong loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif, yang sangat relevan untuk analisis baju pakaian bekas pasar baru kota Banjarmasin.
2. Baju bekas bekas merujuk pada pakaian yang sebelumnya telah dikenakan oleh orang lain, kemudian dijual kembali di pasaran atau dikumpulkan dan kemudian dijual dengan harga yang terjangkau.(Hakim et al, 2025, hal. 9). Dalam penelitian ini, baju bekas adalah pakaian yang dijual di Pasar Baru kota Banjarmasin, yaitu pakaian yang sudah dipakai dan kemudian dijual kembali dengan harga yang terjangkau.
3. Perspektif Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang terutama bertujuan untuk kesejahteraan umat secara adil dan seimbang. Sistem ekonomi syariah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Hukum-hukum yang mengatur prosedur transaksionalnya sepenuhnya

bermanfaat bagi masyarakat, agar tidak ada yang merasa dirugikan. Dalam ekonomi Islam, mengedepankan nilai keadilan,transparansi, dan tolong menolong dalam transaksi ekonomi.

F. Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan, yaitu Latar belakang masalah dan latar belakang masalah itu penulis menemukan alasan-alasan kenapa penelitian perlu dilakukan, agar permasalahan tidak meluas maka penulis menemukan Rumusan masalah, agar penelitian ini terarah maka adanya Tujuan penelitian setiap tujuan maka ada narasi tujuan penelitian ada manfaatnya, bahkan ditemukan Signifikansi penelitian baik dari sisi teoritis maupun praktis.

BAB II: Kajian Teori, yang terdiri dari Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk baju bekas dari perspektif pedagang dan konsumen, penerapan Prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam penjualan baju bekas.

BAB III: Metode Penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek, objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, pengelolaan data, dan teknis analisis data, tahapan penelitian

BAB IV: Laporan Hasil Penelitian,, Gambaran Umum Penelitian, dan lokasi penelitian adalah pasar baru kota Banjarmasin, Masalahan utama penelitian akan menjadi hasil dari bab ini, semuanya terkait erat dengan

pembahasan masalah. Bab ini juga memberikan interpretasi dari hasil penelitian yang didukung oleh dasar-dasar teoretis yang telah didokumentasikan dengan cermat.

BAB V: yaitu penutup, Jadi ini adalah kesimpulannya, di mana penulis akan membuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti.