

FAKTOR - FAKTOR PENDORONG MINAT KONSUMEN MEMBELI PAKAIAN *THRIFTING*



Skripsi

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

PILDA SABRINA
NIM. 19 402 00010

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH . .

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**FAKTOR - FAKTOR PENDORONG MINAT
KONSUMEN MEMBELI PAKAIAN THRIFTING**



Skripsi

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

PILDA SABRINA

NIM. 19 402 00010

PEMBIMBING I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nofinawati', is positioned above the name and NIP of the first supervisor.

Nofinawati, M.A.

Nip. 198211162011012003

PEMBIMBING II

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Uhdhi Aini', is positioned above the name and NIP of the second supervisor.

Uhdhi Aini, M.E.

Nip. 19891225 201903 2 010

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal : Skripsi
a.n. **Pilda Sabrina**

Padangsidempuan, Januari 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

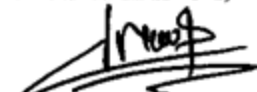
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Pilda Sabrina yang berjudul *Fakor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian Thrifting*. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani siding munaqasyah untuk mempertanggungjawab-kan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I,



Nofinawati, M.A..
NIP. 198211162011012003

PEMBIMBING II,



Ildi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032010

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : PILDA SABRINA

NIM : 19 402 00010

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian Thrifting.”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Januari 2024

Yang menyatakan,



PILDA SABRINA

NIM. 19 402 00010

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PILDA SABRINA

NIM : 19 402 00010

Program Studi: Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **Fakor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian Thrifting.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 4 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Januari 2024

Saya yang Menyatakan,



PILDA SABRINA

NIM. 19 402 00010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : Pilda Sabrina
NIM : 19 402 00010
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen
Membeli Pakaian *Thrifting*.

Ketua

Sarmiana Batubara, M.A
NIDN. 2127038601

Sekretaris

Nofinawati, M.A
NIDN. 20116118202

Anggota

Sarmiana Batubara, M.A
NIDN. 2127038601

Nofinawati, M.A
NIDN. 20116118202

Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
NIDN. 2026067402

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 9 Januari 2024
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 74,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,75
Predikat : Cumlaude



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli
Pakaian *Thrifting*

NAMA : Pilda Sabrina

NIM : 19 402 00010

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 7 Januari 2024



Prof/Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP.19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : PILDA SABRINA
Nim : 1940200010
Judul Skripsi : Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*

Pakaian bekas (*Thrifting*) telah menjadi masalah ekonomi semua negara di dunia. Pakaian impor ilegal tersebut telah merusak industri sandang tanah air. Menurut ketua *Indonesia Chamber of Fashion (IFC)*, 60% konsumen Indonesia lebih suka membeli berbagai produk luar negeri dibandingkan produk Indonesia dan mengakui bahwa produk luar negeri memiliki kualitas yang baik. Pakaian *thrifting* ini telah di larang oleh Mentrei Perdagangan Nomor 51 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas Tahun 2015 disebutkan bahwa pakaian bekas impor dapat membahayakan kesehatan masyarakat sehingga tidak aman untuk digunakan secara umum. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa saja faktor-faktor pendorong minat konsumen membeli pakaian *thrifting*, serta untuk mengetahui bagaimana transaksi jual beli pakaian *thrifting* di pasar ucok kodok dalam perspektif islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan jenis pendekatan penelitian yang dipakai bersifat deskriptif, metode pengumpulan data dengan melakukan oobservasi, wawancara terarah, dan dokumentasi. Tehnik sampel yang digunakan yaitu *non random sampling* dan untuk menentukan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil wawancara dengan informan diperoleh minat beli konsumen terhadap pakaian *thrifting* lebih besar dari pada terhadap produk lokal, faktor-faktor yang mendorong minat konsumen membeli pakaian bekas yaitu faktor internal meliputi gaya hidup dan motivasi dan faktor eksternal meliputi merek/*brand*, harga dan kualitas. Faktor yang paling dominan yaitu faktor internal meliputi gaya hidup, dan faktor eksternal meliputi merek/*brand*, harga dan kualitas. Jual beli pakaian bekas di pasar Ucok Kodok Padangsidempuan juga sudah sesuai dengan Perspektif Islam.

Kata kunci : Minat Beli, Pendorong, Pakaian Thrifting.

ABSTRACT

*Name : PILDA SABRINA
Nim : 1940200010
Thesis Title : Factors Driving Consumers' Interest in Purchasing Thrifting Clothes*

Thrifting has become an economic problem for all countries in the world. These illegally imported clothes have harmed the country's clothing industry. According to the chairman of the Indonesia Chamber of Fashion (IFC), 60% of Indonesian consumers prefer to buy foreign products over Indonesian products and recognise that foreign products are good quality. This thrifting clothes has been banned by the Minister of Commerce Number 51 concerning the Prohibition of Imports of Used Clothing in 2015, which states that imported used clothing can endanger public health so that it is not safe for general use. The formulation of the problem in this study is what are the factors driving consumer interest in buying thrifting clothes, and to find out how the sale and purchase of thrifting clothes in the ucok kodok market in an Islamic perspective. This research uses a qualitative approach and the type of research approach used is descriptive, data collection methods by conducting observations, directed interviews, and documentation. The sampling technique used is non-random sampling and to determine the sample using purposive sampling. The results of this study indicate that the customers' interest in thrifting clothes is greater than that of local products, the factors that encourage consumers' interest in buying used clothing are internal factors including lifestyle and motivation and external factors including social, price and quality. The most dominant factors are external factors, namely price and quality. Buying and selling used clothes in the Ucok Kodok Padangsidempuan market is also in accordance with the Islamic Perspective.

Keywords: Purchase Interest, Booster, Thrifting Clothes.

الخلاصة

الاسم : بيلدا سابرينا

رقم القيد : ١٩٤٠٢٠٠٠١٠

عنوان البحث : العوامل المؤثرة على اهتمام المستهلك بشراء الملابس المستعملة

أصبحت الملابس المستعملة مشكلة اقتصادية لجميع دول العالم. وقد ألحقت هذه الملابس المستوردة بشكل غير قانوني الضرر بصناعة الملابس في البلاد. وفقاً لرئيس غرفة الأزياء الإندونيسية، فإن ٦٠٪ من المستهلكين الإندونيسيين يفضلون شراء منتجات أجنبية مختلفة مقارنة بالمنتجات الإندونيسية ويعترفون بأن المنتجات الأجنبية تتمتع بجودة جيدة. وقد تم حظر هذا التوفير في الملابس من قبل وزير التجارة رقم 51 بشأن حظر استيراد الملابس المستعملة في عام ٢٠١٥، والذي ينص على أن الملابس المستعملة المستوردة يمكن أن تعرض الصحة العامة للخطر، وبالتالي فهي غير آمنة للاستخدام العام. إن صياغة المشكلة في هذا البحث هي ما هي العوامل التي تحرك اهتمام المستهلك بشراء الملابس التوفيرية، وكذلك لمعرفة كيف تكون معاملات البيع والشراء للملابس التوفيرية في سوق "أوجوك كودوك" من منظور إسلامي. يستخدم هذا البحث المنهج النوعي ونوع منهج البحث المستخدم هو الوصفي، وطرق جمع البيانات باستخدام الملاحظة والمقابلات الموجهة والتوثيق. وكانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ العينات غير العشوائية وتحديد العينة باستخدام أخذ العينات الهادفة. تظهر نتائج هذا البحث أنه من نتائج المقابلات مع المخبرين تبين أن اهتمام المستهلكين الشرائيين بالملابس التوفيرية كان أكبر منه في المنتجات المحلية، والعوامل التي تشجع اهتمام المستهلكين بشراء الملابس المستعملة هي العوامل الداخلية بما في ذلك نمط الحياة ونمط الحياة. الدافع والعوامل الخارجية بما في ذلك الاجتماعية والسعر والجودة. العوامل الأكثر هيمنة هي العوامل الخارجية، وهي السعر والجودة. إن شراء وبيع الملابس المستعملة في سوق "أوجوك كودوك" بادانجسيديموان يتوافق أيضاً مع المنظور الإسلامي.

الكلمات الرئيسية: الفائدة الشرائية، التشجيع، الملابس المستعملة.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*”**. Serta tidak lupa sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku wakil Rektor Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, sebagai ketua program studi Ekonomi Syariah dan sekretaris Ibu Rini Hayati Lubis, M.P serta civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Nofinawati, M.A. selaku pembimbing I dan Ibu Ihdi Aini, M.E. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam

proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

7. Teristimewa terima kasih kepada Ayahanda Alm. Pirman Hasibuan dan Ibunda Emidah dan juga terkhusus untuk Suami saya Bangun Ashari Lubis yang telah banyak melimpahkan pengorbanan, kasih sayang, bimbingan dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini serta do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terima kasih juga kepada kakak - kakak saya tersayang (Syahreni Rizky dan Suci Sri Rizky) dan abang saya (Muhammad Ridwan) yang menjadi motivasi terkuat dalam perkuliahan dan penelitian skripsi ini. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-nya.
8. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan.
9. Sahabat-sahabat tercinta Siti Nuraini, Jainab Hasibuan, dan Mei Anjelina, yang terus memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam perkuliahan ini.
10. Seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah 1 angkatan 2019. Yang telah memberikan bantuan, semangat, dorongan, dan motivasi kepada penulis. Serta semua pihak yang telah berperan membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Ucapan terima kasih untuk teman-teman KKL tahun 2022, dan Magang tahun 2023 yang telah memberikan semangat kepada peneliti.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebajikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh darisempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Padangsidempuan, 4 Januari 2024
Peneliti,

PILDA SABRINA
NIM. 1940200010

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا ...ا ...ا	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي ...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah

....وُ	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas
--------	----------------	---	---------------------

3. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *ta mar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ل. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

/v diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
G. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	11
1. Minat Konsumen.....	11
a. Pengertian Minat Konsumen.....	11
b. Indikator Minat Beli.....	12
c. Minat Beli Dalam Perspektif Islam	13
d. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....	15
2. Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen.....	17
a. Faktor Internal.....	17
1) Gaya Hidup	17
2) Motivasi.....	20
b. Faktor Eksternal	20
1) Merek/ <i>Brand</i>	20
2) Harga.....	21
3) Kualitas Produk.....	22
3. Pakaian <i>Thrifting</i> (Pakaian Bekas).....	24
a. Pengertian Pakaian <i>Thrifting</i> (Pakaian Bekas)	24
b. Jual Beli dalam Perspektif Islam dan KUHP	25
B. Penelitian Terdahulu.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis dan Metode Penelitian.....	34
C. Subjek Data Penelitian.....	34
1. Sumber Data Penelitian.....	35
a. Data Primer	35
b. Data Sekunder.....	35
2. Teknik Pengumpulan Data.....	36
a. Studi Kepustakaan	36
b. Studi Lapangan.....	36
3. Teknik Pengolahan Data	39
4. Teknik Analisis Data.....	39
a. Reduksi Data.....	40
b. Penarikan Kesimpulan.....	40
5. Teknik Keabsahan Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan	42
2. Struktur Pengelolaan Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan.....	44
B. Deskripsi Data Penelitian.....	45
C. Pengolahan dan Analisis Data.....	46
1. Pengolahan Data.....	46
2. Analisis Data	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	77
1. Faktor – faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian <i>Thrifting</i> di Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan	77
2. Jual beli pakaian <i>Thrifting</i> di pasar cok kodok kota Padangsidempuan dalam perspektif islam.....	79
E. Keterbatasan Penelitian.....	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Merek Pakaian <i>Thrifting</i> Yang Sering di Beli Konsumen.....	5
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel IV.1 Data Informan Pakaian <i>Thifting</i> Pasar UcoK Kodok	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Struktur Pengelolaan Pasar Ucock Kodok Padangsidempuan.....	51
Gambar IV.2 Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian Thrifting.....	74

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pakaian bekas (*Thrifting*) telah menjadi masalah ekonomi semua negara di dunia. Pakaian impor ilegal tersebut telah merusak industri sandang tanah air. Pada masa sekarang ini fashion menjadi salah satu trend atau gaya berbusana dan gaya hidup yang tidak terlepas pada kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat. Perkembangan *fashion* di Indonesia telah berkembang pesat, masyarakat pada masa kini sudah sangat memperhatikan gaya berpakaian mereka sehingga pada saat ini memiliki kesadaran yang lebih terhadap citra dan identitas sosialnya, dan kesadaran tersebut mempengaruhi pola konsumsi mereka, salah satunya dalam hal pola konsumsi *fashion*.¹

Gaya hidup merupakan pola tingkah laku atau suatu bentuk refleksi yang terjadi pada diri seseorang yang menjadi cerminan dari diri seseorang serta sebagai identitas yang berkaitan dengan aktivitas keseharian bagi masing-masing orang. Setiap orang memiliki gaya hidup masing-masing, maka dari perbedaan tersebut dapat menunjukkan bagaimana setiap orang memiliki karakter dirinya masing-masing. Gaya hidup dari setiap subjek dapat bersangkutan dengan pola berbelanja dan pergaulan, hal tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi

¹ Hanafiah Ramadhani Alfatikhah Nur Ayyah and Rochiyati Muminingsih, "Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia," in *UMMagelang Conference Series*, 2021, hlm. 537. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>. accessed 14/01/24.

individu yang tercermin dari kebiasaan sehari-hari, interaksi dengan orang lain, serta kesukaan dalam suatu hal.²

Minat beli sendiri merupakan perilaku konsumen yang hadir sebagai reaksi akan suatu objek yang mengindikasikan adanya hasrat untuk membeli suatu barang pada diri seseorang. Minat beli konsumen merupakan permasalahan yang sangat sering terjadi, maka dari itu minat beli merupakan salah satu hal utama yang harus diperhatikan karena menjadi penentu dalam suksesnya pemilihan dan pembelian sebuah produk. Minat beli dapat timbul karena adanya keinginan dari konsumen dan juga hal yang menarik yang dapat memicu konsumen untuk membeli salah satu pemicunya adalah harga yang ditawarkan oleh *thrift shopping* begitu murah, kualitas produk yang bagus dan memiliki model yang unik serta kesesuaian produk terhadap kebutuhan para konsumen.³

Dalam kehidupan ini setiap manusia memiliki sifat dasar yaitu tidak akan pernah puas dengan apa yang dimiliki. Ketika kebutuhan dasar terpenuhi, kebutuhan lain atau keinginan yang lebih tinggi akan mulai muncul. Hal inilah yang menjadi dasar terjadinya perubahan gaya hidup dan cara pandang masyarakat di berbagai masyarakat khususnya di Indonesia yang hingga saat ini sedikit banyak terpengaruh oleh globalisasi, baik dampak positif maupun dampak negatifnya yaitu perilaku konsumtif masyarakat. Konsumtif adalah aktivitas di mana konsumen membeli produk yang kurang diperlukan untuk memuaskan

² Nur Mustika Syahputri and Marliyah Marliyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrift Shopping Di Kalangan Mahasiswa UINSU," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): hlm. 284, <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>.

³ Riski Rosdiana, Iyus Akhmad Haris, and Kadek Rai Suwena, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (2019), hlm. 321.

kesenangan dan keinginan mereka daripada tanggung jawab atau kebutuhan mereka. Perilaku ini didasarkan pada kontrol ego manusia. Perilaku ini dapat menyebabkan pemborosan dan kecemburuan sosial di masyarakat. Gaya hidup konsumtif ini terjadi pada hampir semua anggota masyarakat yang memiliki pekerjaan dan keuangan yang cukup.

Ketika bisnis pakaian *Thriftng* yang semakin berkembang masuk ke Indonesia dengan harga yang jauh lebih murah, masyarakat lebih tertarik dari segi ekonomi dan berpindah ke jual beli pakaian *Thriftng*. Adanya kebiasaan perilaku konsumtif ini membuat permintaan semakin banyak dan membuat masyarakat lebih memilih pakaian *Thriftng*. Hal ini membuat masyarakat beranggapan bahwa pakaian *thriftng* tidak masalah karena murah dan masih layak pakai. Jika dilihat dari dampak negatif membeli pakaian *Thriftng*, sebenarnya banyak sekali bakteri yang tidak akan hilang dengan beberapa kali pencucian. Dimana bakteri tersebut mempengaruhi kesehatan manusia, seperti gatal-gatal, luka pada kulit, bisul bahkan jerawat.⁴

Sebagai seorang muslim dalam melakukan konsumsi harus memperhatikan maslahat dan mudharat yang didapatkan dari pakaian tersebut. Mempunyai maslahat itu artinya bahwa barang yang dikonsumsi memberikan manfaat untuk kehidupan dan berkah untuk hari akhirat, juga harus menyehatkan, dan memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan.

Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 51 tentang Larangan Impor pakaian *thriftng* (pakaian bekas) Tahun 2015 disebutkan bahwa pakaian bekas

⁴ Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, dan I. Nyoman Utama, "Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar," *Jurnal Interpretasi Hukum* 1, no. 1 (2020): hlm. 217.

impor dapat membahayakan kesehatan masyarakat sehingga tidak aman untuk digunakan secara umum, untuk melindungi kepentingan Konsumen wajib menerbitkan Keputusan Menteri Perdagangan yang melarang import pakaian bekas.⁵ Larangan impor pakaian *thrifting* tersebut juga untuk mengembangkan merek lokal dan membuat konsumen bangga dengan barang merek lokal. Hasran dari *Center for Indonesian Policy Studies (CIPS)* menilai larangan impor pakaian bekas sudah tepat. Selain karena pakaian *thrifting* terbukti mengandung jamur yang berbahaya bagi kesehatan, hal ini juga mengancam industri tekstil dalam negeri yang baru pulih dari pandemi dan peningkatan bahan baku.⁶ Bea Cukai Kantor wilayah Sumut menghimbau masyarakat untuk segera berhenti membeli pakaian bekas impor ilegal, karena dapat menyebarkan corona virus. Penyelundupan pakaian bekas bisa merugikan negara sebesar 850 juta.⁷

Pada Kota Padangsidempuan dapat dengan mudah ditemui tempat jual beli pakaian *Thrifting* salah satunya, dikawasan Pasar UcoK Kodok. Pasar UcoK kodok merupakan tempat dimana terdapat pelaku usaha pakaian bekas impor (*Thrifting*). Pakaian *Thrifting* yang dijual di Kota Padangsidempuan terbilang cukup bervariasi mulai dari pakaian santai sampai pakaian untuk pesta, baik untuk perempuan maupun pria, hal ini menarik minat masyarakat untuk membeli pakaian bekas impor tersebut. Pakaian bekas yang dijual tersebut merupakan pakaian dengan

⁵ Awalia, "Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)", hlm. 23-24.

⁶ Anggi M. Lubis, "Dua Sisi Mata Pisau Larangan Impor Baju Bekas, Saatnya Kembangkan *_brand_* Lokal," *The Conversation*, August 19, 2022, <http://theconversation.com/dua-sisi-mata-pisau-larangan-impor-baju-bekas-saatnya-kembangkan-brand-lokal-189068>.

⁷ "Bea Cukai: Pakaian Bekas Impor Ilegal Berpotensi Menyebarkan Corona - ANTARA News Sumatera Utara," accessed March 14, 2023, <https://sumut.antaranews.com/berita/288962/bea-cukai-pakaian-bekas-impor-ilegal-berpotensi-menyebarkan-corona>.

merek luar negeri yang dijual dengan harga miring tanpa mempertimbangkan kualitas dan cemaran bakteri yang terdapat dalam pakaian *Thrifting* tersebut. Ibu Nanny pedagang pakaian *Thrifting* di Pasar Ucok Kodok. Dia mengatakan dalam satu hari pakaian *thrifting* yang terjual bisa mencapai, 20-30 helai, bahkan lebih termasuk pada hari sabtu. Satu helai baju di jual mulai dari harga Rp 15.000 hingga Rp 150.000.⁸

Berikut merek pakaian bekas yang ada di pasaran dan sering di beli konsumen.

Table I.1 Merek Pakaian *Thrifting* Yang Sering di Beli Konsumen

Levi's	Giordano	Uniqlo
Zara	H&M	Pull & Bear
Puma	Adidas	Filla

Sumber : Nanny Siregar (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 24 september 2022).

Motivasi pengunjung untuk membeli pakaian bekas adalah disebabkan oleh beberapa faktor. Reni (32 tahun) adalah seorang ibu rumah tangga mengatakan “Saya senang belanja di tempat ini karena baju-baju di sini lumayan berkualitas dan harganya sangat murah.”⁹ Demikian juga dengan Andika (23 tahun) seorang mahasiswa dari perguruan tinggi swasta di Padangsidimpuan mengatakan “Pakaian di sini murah-murah dan berkualitas.”¹⁰ Jawaban yang sama adalah dari Adri (30 tahun), yang mengaku kalau dirinya bekerja di sebuah instansi negeri beliau mengatakan “Saya selalu belanja di toko, tapi saya juga

⁸ Nanny Siregar (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 24 september 2022).

⁹ Reni, (Pembeli Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 24 September 2022).

¹⁰ Andika, (Pembeli Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 24 September 2022).

sering belanja di pasar yang menjual pakaian *thrifting*, saya bandingkan pakaian yang di toko dan di pasar pakaian *thrifting* dari segi kualitas hampir sama dan namun model berbeda dan harganya juga lebih murah, merek/brand nya lebih terkenal.”¹¹ Alasan lain pengunjung membeli pakaian bekas adalah karena sering dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan, seperti yang dialami oleh Kiki (30 tahun) dari warga masyarakat biasa mengatakan “Saya awalnya tidak suka pakai pakaian bekas karena malu. Tapi setelah melihat penampilan teman-teman saya yang sering berbelanja di Pasar Ukok Kodok, saya pun tertarik untuk kesana. Ternyata di pasar sana banyak pilihan, dan bermerek, kualitasnya juga lebih bagus. Murah juga harganya, kalau kita punya uang seratus ribu, kita bisa dapat baju tiga lembar.”¹²

Selain melakukan wawancara, peneliti juga mengamati antusias pengunjung yang datang di Pasar Ukok Kodok. Pengunjung ramai mengelilingi pakaian bekas yang baru dibuka dari karung sembari membongkar-bongkar lembaran dan mengamati pakaian bekas yang bagus. Dari hal tersebut terdapat pertanyaan yang mendasar bagi peneliti, apa yang membuat pakaian bekas tetap laris di pasar dan di gunakan oleh banyak orang. Padahal banyak hal yang perlu dipertimbangkan saat membeli pakaian bekas. Hal ini disebabkan oleh berbagai macam faktor pendorong yang menyebabkan konsumen lebih memilih membeli pakaian bekas dibanding membeli pakaian baru di mall atau pasar. Maka dengan

¹¹ Adri, (Pembeli Pakaian *Thrifting*), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 24 September 2022).

¹² Kiki, (Pembeli Pakaian *Thrifting*), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 24 September 2022).

demikian peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*.”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, agar penelitian ini lebih jelas dan mengingat keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti maka peneliti membatasi masalah pada penelitian ini yaitu Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting* di Pasar Ucok Kodok Kota Padangsidempuan.

C. Batasan Istilah

Bertujuan untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam memahami penelitian ini, maka perlu dalam penulisan ini diperlukan batasan istilah dari masalah yang di angkat. Istilah-istilah yang terkandung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor Pendorong Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah suatu hal atau keadaan yang dapat mendorong atau meningkatkan kegiatan, usaha atau produksi.¹³ Faktor pendorong yang dimaksud adalah faktor yang mendorong konsumen membeli pakaian *Thrifting* di pasar Ucok kodok kota Padangsidempuan.
2. Minat Beli Konsumen adalah mengacu pada kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen tertarik dengan produk atau layanan.¹⁴ Minat beli konsumen yang

¹³ Moch Rizky Prasetya Kumiadi, “Arti Faktor Pendorong di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” KBBI, January 13, 2023, <https://kbbi.lektur.id/faktor-pendorong>.

¹⁴ Nanda Bella Fidanty Shahnaz and Wahyono Wahyono, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online,” *Management Analysis Journal* 5, no. 4 (2016): hlm. 391.

dimaksud adalah keinginan konsumen membeli pakaian *Thrifting* dibanding dengan membeli produk lokal di pasar Ukok Kodok Padangsidempuan.

3. Pakaian *Thrifting* adalah Pakaian yang pernah dipakai orang lain sebelumnya, rata-rata masih layak di pakai, biasanya dari Singapore, korea, Jepang atau Malaysia, dan harganya lebih murah dibanding baju yang masih baru.¹⁵

Pakaian *Thrifting* yang dimaksud adalah pakaian *Thrifting* yang dijual di pasar Ukok Kodok Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diangkat dan diteliti yaitu:

1. Apa saja faktor- faktor pendorong minat konsumen membeli pakaian *thrifting* di pasar Ukok kodok kota Padangsidempuan?
2. Bagaimana transaksi jual beli pakaian *thrifting* di pasar Ukok kodok kota Padangsidempuan dalam perspektif islam?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong konsumen membeli pakaian *thrifting* di pasar Ukok Kodok kota Padangsidempuan.
2. Ingin mengetahui transaksi jual beli pakaian *thrifting* di pasar Ukok Kodok kota Padangsidempuan dalam perspektif islam.

¹⁵ Andi Mulyan and Akhmad Muzakkir, "Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram," *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 5, no. 3 (2021), hlm. 202.

F. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau manfaat tentang faktor apa saja yang mendorong kosumen membeli pakaian *thrifting* dan tinjauan perspektif ekonomi islam terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting*.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah kanzanah ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi yang terdiri dari tiga bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I membahas latar belakang masalah yang berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah atau fenomena yang akan diangkat sebagai masalah pada penelitian ini. Batasan masalah berisi agar masalah yang akan diteliti lebih fokus pada titik permasalahan. Batasan istilah berisi memuat istilah yang dipertegas makna apa yang dimaksud oleh peneliti. Tujuan penelitian dan manfaat penelitian berisi hasil penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

Bab II membahas tentang landasan teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait dengan pasar tradisional, penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang dapat dikatakan memiliki kesamaan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah yang baru.

Bab III membahas jenis metode penelitian yaitu waktu dan lokasi penelitian yang akan dilaksanakan jenis penelitian yang berisi tentang pasar tradisional yang baru yang akan dijadikan objek penelitian Sumber data, adapun dua sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data dan teknis analisis data.

Bab IV merupakan bab yang berisi tentang hasil dari pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang penulis peroleh dan pembahasannya yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

Bab V merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan yaitu kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh oleh peneliti yang biasanya dijelaskan satu persatu dan saran-saran kepada peneliti selanjutnya dan kepada pedagang pakaian *thrifting* Pasar Ucok Kodok kota Padangsidimpuan terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan di pasar Ucok Kodok Kota Padangsidimpuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Minat Konsumen

a. Pengertian Minat Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Minat beli adalah kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, membeli berarti mendapatkan sesuatu dengan pengorbanan yang keras (usaha). Minat membeli, ketidak puasan biasanya menghilangkan minat.¹⁶

Menurut Simamora, minat adalah sesuatu bersifat pribadi dan berkaitan dengan sikap seseorang terhadap suatu objek yang memiliki kekuatan atau motivasi untuk melakukan berbagai perilaku untuk mendekati atau memperoleh objek tersebut. Minat beli adalah kecenderungan responden untuk bertindak sebelum benar-benar mengambil keputusan pembelian. Meskipun minat beli merupakan pembelian yang belum tentu dilakukan di masa depan, pengukuran minat beli biasanya dilakukan untuk memaksimalkan prediksi pembelian aktual itu sendiri.¹⁷

Minat beli konsumen merupakan masalah yang sangat kompleks, tetapi tingkat pembelian adalah satu hal utama yang harus diperhatikan, karena itu faktor penentu keberhasilan pemasaran produk. Minat konsumen

¹⁶ Depatemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

¹⁷ Simamora, "Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Manajemen Teknologi* 13, no. 2 (2014), hlm. 206.

untuk membeli dapat timbul karena rangsangan atau dorongan Informasi yang diberikan oleh penjual, seperti cara beriklan, memberi harga dan diskon begitu pula dengan produk yang di tawarkan, berkenaan dengan kesesuaian konsumen terhadap produk.¹⁸

Minat beli menurut Kotler dan Keller adalah perilaku konsumen yang timbul sebagai respon terhadap barang yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli, jadi minat beli adalah keikhlasan untuk mendapatkan sesuatu dengan mengorbankan apa yang menyebabkan minat beli, karena konsumen. nyaman dengan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan.¹⁹

Jadi dapat disimpulkan minat beli konsumen adalah suatu kecenderungan sikap dimana seseorang membiasakan menggunakan produk - produk tertentu dan keinginan untuk memilih atau memakai barang - barang yang disukainya dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.

b. Indikator Minat Beli

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Minat *transaksional*, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat *referensial*, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

¹⁸ Irma Russanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas," *Jurnal Online Tata Busana* 10, No. 3 (2021), hlm. 62.

¹⁹ Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 2, Terj. Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2015).hlm. 160.

- 3) Minat *preferensial*, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat *eksploratif*, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan menacari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.²⁰

Dapat disimpulkan bahwa ketika konsumen dikatakan berminat ialah pada saat konsumen tersebut mencari tahu tentang barang yang akan dibelinya secara terperinci kemudian jika apa yang di inginkan diketahuinya sudah didapatkan maka selanjutnya adalah proses membayar dan memberitahukan kepada konsumen lainnya.

c. Minat Beli dalam Perspektif Islam

Minat merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mendapatkannya.

1) Masalah dalam Perilaku Konsumen Islam

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material daripada aspek kebutuhan yang lain.²¹ Perilaku konsumsi islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang

²⁰ M. Susilo Aditya Laksono, Pengertian Minat Beli dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Menurut Ahli, BlogM.SusiloAdityoLaksono.<http://adityolaksono26.blogspot.co.id/2015/03/pengertianminat-beli-dan-faktor-faktor.html?m=1> (Diakses 14 Januari 2024).

²¹ Mustafa Edwin Nasution, CPrenada Media Grup, 2010), hlm. 61.

mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.²²

Akibatnya dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan self interest, maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai. Yang terjadi adalah munculnya berbagai ketimpangan dalam berbagai persoalan sosial ekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama (masalah).²³

2) Kebutuhan dan Keinginan

Imam Al Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan (syahwat) dan kebutuhan (hajat). Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya sebagai hamba Allah dengan beribadah secara maksimal.²⁴

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum

²² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), hlm. 60.

²³ Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* Prenada Media Grup, 2010), (Jakarta: Kencana hlm. 61.

²⁴ Insa, "Konsep Kebutuhan Dalam Ekonomi Islam," Blog Insa, <http://insa24.blogspot.co.id/2014/12/konsep-kebutuhab-dalam-islam.html?m=1>, accessed August 8, 2023, <https://www.alsofwah.or.id/cetakfatwa.php?id=894>.

tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya secara wajar tidak berlebihan dan sewajib didapatkan secara halal.

d. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Dalam Hukum Ekonomi Islam sebagai aturan yang ditetapkan oleh syara', terdapat beberapa prinsip-prinsip, yaitu:

- 1) Prinsip Kebolehan Dalam prinsip pertama asal dalam semua bentuk muamalah yaitu boleh dilakukan selama tidak ada dalil yang mengharamkan berdasarkan kaidah fikih *muamalah* sebagai berikut:

الأَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

Artinya: Hukum asal semua bentuk muamalah adalah kebolehan dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan.

Kaidah muamalah ini mengandung arti hukum aktivitas ekonomi pada awalnya diperbolehkan itu berlangsung selama tidak atau belum ditemukan nash AlQur'an dan Al-Hadits yang menyatakan keharamannya. Ketika ditemukan sebuah nash yang menyatakan haram, maka pada saat itu pula akad muamalah tersebut menjadi terlarang berdasarkan syara'. Prinsip Hukum Ekonomi Syahri'ah ini sebenarnya mengacu pada ketentuan-ketentuan umum yang termuat didalam AlQur'an dan Al-Hadits.²⁵

²⁵ A Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Praktis*. (Jakarta: Kencana Media Group, 2014), hlm. 52.

2) Prinsip Kerelaan

Prinsip kerelaan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi Islam, dengan demikian muamalah hendaknya dilakukan dengan cara suka sama suka dan tidak ada unsur dari pihak manapun. Bila ada dalam sebuah aktivitas ekonomi ditemukan unsur paksaan (ikrah), maka aktivitas ekonomi ditemukan itu menjadi batal berdasarkan syara'. Prinsip muamalah ini didasarkan pada nash yang tertuang dalam QS. An-Nisa/4:29.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “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 sendiri. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”²⁶

Ayat di atas menekankan keharusan mengindahkan peraturan-peraturan yang ditetapkan dan tidak melakukan apa yang diistilahkan oleh ayat di atas dengan *al-bathil*, yakni pelanggaran terhadap ketentuan agama atau persyaratan yang disepakati. Dalam konteks ini, Nabi saw. bersabda, “Kaum muslimin sesuai dengan (harus menepati) syarat-syarat yang mereka sepakati, selama tidak menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal.”

²⁶ “Al-Qur’an Kemenag,” accessed January 20, 2024, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>.

Selanjutnya, ayat di atas menekankan juga keharusan adanya kerelaan kedua belah pihak, atau yang diistilahkan dengan *'an larddhin minkum*. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk had, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Ijab dan kabul, atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan. Hubungan timbal balik yang harmonis, peraturan dan syariat yang mengikat, serta sanksi yang menanti, merupakan tiga hal yang selalu berkaitan dengan bisnis, dan di atas ketiga hal tersebut ada etika yang menjadikan pelaku bisnis tidak sekadar menuntut keuntungan materi yang segera, tetapi melampauinya.²⁷

2. Faktor-faktor Pendorong Minat Konsumen

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan. Adapun faktor-faktor internal yang dapat mendorong minat konsumen menurut Kotler dan Keller adalah sebagai berikut :

1) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup masing-masing individu terkait kegiatan kesehariannya yang digambarkan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup dipengaruhi berdasarkan landsan masyarakat yang berbeda, dimana kelompok lapisan kelas atas akan berbeda dengan gaya

²⁷ "Tafsir Al Mishbah, M. Quraish Shihab- Google Drive," hlm. 413., Accessed November 20, 2023, <https://drive.google.com/drive/folders/1-624kr-M-3gfzclh4xyc4ecx2i9mljce>.

hidup kelompok lapisan menengah dan kelompok lapisan bawah. Sikap yang mencerminkan bagaimana seseorang hidup, menghabiskan uang, dan mengatur waktu adalah definisi lain dari gaya hidup.

Seseorang yang memiliki gaya hidup tinggi, kebanyakan akan mengikuti berbagai macam trend yang sedang berlangsung, terutama dibidang trend fashion. Maraknya trend fashion di kalangan masyarakat berdampak positif dan negative terhadap keberlangsungan gaya hidup masyarakat. Dampak positif yakni bermunculnya gaya - gaya berpakaian baru yang membuat individu lebih kreatif dan unik. Sedangkan dampak negatif yaitu harus selalu mengikuti perkembangan trend fashion yang selalu berubah – ubah disetiap tahunnya. Sehingga menjadikan masyarakat untuk mencari solusi agar tetap mengikuti trend fashion yang sedang berlangsung dengan pengeluaran biaya yang relatif rendah.²⁸

Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola hidup komprehensif yang memediasi pemenuhan kebutuhan biologis, emosional, dan sosial individu. Pengukuran gaya hidup dapat diukur dengan komponen Aktivitas, minat dan opini. Minat apabila dikaitkan dengan pembelian, maka memiliki indikasi sebagai berikut: kemauan mencari informasi, bersedia untuk membayar sesuatu yang diinginkan, bersedia menceritakan hal yang positif, dan bersedia merekomendasikan apa yang diminatinya kepada orang lain. Sedangkan opinion (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu global,

²⁸ Russanti, "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas," *Jurnal Online Tata Busana* 10, no. 3 (2021): hlm. 65. Accessed 15 Januari 2024.hlm. 65. Accessed 15 Januari 2024.

local, moral, ekonomi dan social. Gaya hidup dapat diartikan pula sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang secara rutin dan sudah menjadi bagian dari hidupnya.

Gaya Hidup Halal (*Halal Lifestyle*) adalah sebuah pola atau gaya hidup yang sesuai dengan syaria' islam. Beberapa komponen Halal Lifestyle antara lain fashion, makanan dan minuman, pariwisata, farmasi, kosmetik, keuangan syaria', media halal dan lain-lain. Halal *lifestyle* adalah pola yang mengutamakan produk halal untuk digunakan. Perkembangan gaya hidup berorientasi modern dan mengacu pada nilai-nilai Islam tersebut dapat dilihat dari beberapa fenomena seperti masyarakat semakin kritis dalam menilai kehalalan produk yang akan dikonsumsi, berkembangnya lembaga keuangan berbasis syaria', pertumbuhan budaya bernuansa Islam.

Halal lifestyle merupakan sebuah kebiasaan pola hidup masyarakat yang tengah menjadi *trend global* dan mulai diterapkan di berbagai belahan dunia. Bukan hanya negara yang notabene berpenduduk muslim saja yang berupaya menerapkan gaya hidup ini, melainkan negara-negara yang berpenduduk mayoritas non-muslim juga berlombalomba mengambil peluang ini. Ini membuktikan bahwa konsep halal *lifestyle* mendapatkan respon positif di kancah nasional maupun internasional.²⁹

²⁹ Ayyah and Murniningsih, "Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia," in *UMMagelang Conference Series*, 2021, hlm. 542-544. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>. accessed 14 Januari 2024.

2) Motivasi

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai yang mempengaruhi seseorang untuk mencapai hal-hal tertentu sesuai dengan keinginan individu tersebut. Sikap dan nilai-nilai tersebut bersifat kasat mata yang dapat memberdayakan atau mendorong seseorang untuk memenuhi keinginannya.

Motivasi merupakan salah satu faktor dalam memilih dan membeli pakaian *Thrifting*, motivasi dapat timbul dari dalam diri karena adanya perubahan berbusana dari para *influencer* dapat membangkitkan motivasi dari dalam yang melatar belakangi keinginan seseorang untuk dapat memenuhi. Dengan adanya kebutuhan dan keinginan tersebut maka dilakukan tindakan pembelian untuk memenuhi keinginan tersebut.³⁰

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri individu yang bersangkutan.³¹ Adapun yang termasuk kedalam faktor-faktor eksternal yang dapat mendorong minat konsumen membeli pakaian *Thrifting* menurut kotler dalam abzair adalah sebagai berikut:

1) Merek/*Brand*

Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya. Konsumen juga

³⁰ Nur Mustika Syahputri dan Marliyah Marliyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap *Thrift Shopping* Di Kalangan Mahasiswa UINSU," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): Hlm. 284-285, <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>.

³¹ Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 2, Terj. Bob Sabran*, hlm. 120.

menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek. Maka dari itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang memiliki merek yang bercitra baik di masyarakat, serta mampu melindungi dan meningkatkan merek di pasar.

Menurut Kotler merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing. Sedangkan menurut Tjiptono merek adalah nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Pada dasarnya suatu merek juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para pembeli. Merek yang baik juga menyampaikan jaminan tambahan berupa jaminan kualitas.³² Jadi dapat disimpulkan bahwa merek adalah identitas dari sebuah perusahaan dalam melakukan bisnis agar lebih mudah dikenal oleh konsumen.

2) Harga

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Namun dalam keadaan yang berbeda Harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan pembeli. Dalam hal ini dapat diartikan harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari

³² Robi Wijaya dan Andung Jati Nugroho, "Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor," *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 11 (2022): hlm. 2956.

pesaing. Jadi Harga bisa dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi pembeda barang dalam pemasaran. Menurut Bukhari Alma menyatakan bahwa harga adalah nilai produk lain, Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter, misalnya pertukarkan barang dengan barang.

Perekonomian pada saat ini tidak melakukan barter lagi, tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Menurut Swastha tujuan dalam penetapan harga, antara lain: mendapatkan keuntungan maksimum, mendapatkan pengembalian investasi atau pengembalian pada penjualan bersih untuk mencegah atau membatasi persaingan dan Mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Faktor yang Mempengaruhi harga, yaitu: menilai kebutuhan Produk dan Respon Pesaing. Indikator harga adalah: Kesesuaian harga, penetapan harga sesuai kemampuan atau daya saingan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat.³³ Harga ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli pakaian bekas, biasanya melalui negosiasi produk yang diinginkan.³⁴

3) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melakukan fungsinya. Kemampuan ini meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, tampilan, kinerja, kesesuaian, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas penyajian yang dapat di peroleh dari produk tersebut. Kualitas

³³ Gitania A. Rorong, Lucky F. Tamengkel, dan Danny DS Mukuan, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan," *Productivity* 2, no. 3 (2021). hlm. 229.

³⁴ Danang Kurniawan, "Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas," *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* 2, no. 1 (2019). hlm 94.

produk dapat dikatakan baik dan bermutu tinggi jika telah memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan pembelinya

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi, dan karakteristik suatu produk, baik barang maupun jasa, berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan, seperti daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perbaikan produk, dan karakteristik produk lainnya yang dimaksudkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Kualitas produk menjadi salah satu kunci persaingan antar perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, meskipun ada yang beranggapan bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika perusahaan dapat mencapai hal tersebut maka perusahaan akan dapat terus memuaskan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diupayakan oleh setiap pedagang agar produk yang diproduksinya dapat bersaing di pasar. Adanya hubungan dua arah antara pelaku usaha dan konsumen memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan demikian, pemasok produk dapat bekerja dengan baik untuk mencapai kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalkan

pengalaman konsumen yang tidak menyenangkan dalam konsumsi produk.³⁵

3. Pakaian *Thrifting* (Pakaian Bekas)

a. Pengertian Pakaian *Thrifting* (Pakaian Bekas)

Pakaian merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Pada dasarnya, itu dapat melindungi orang dan meningkatkan kecantikan, keberanian, dan ketampanan kepribadian mereka. Baju bekas banyak dipasarkan di Indonesia, di datangkan dari luar negeri maupun dalam negeri. Baju bekas adalah barang yang pernah digunakan oleh seseorang dan dijual dalam kondisi layak pakai. Pakaian bekas merupakan salah satu bentuk perilaku manusia yang dikenal dengan teori konsumerisme yang dijelaskan oleh Kotler. Keputusan konsumen membeli suatu produk dipengaruhi oleh karakteristik konsumen selain dipengaruhi oleh organisasi atau perusahaan yang memiliki harga produk tersebut. Lokasi dan tawaran saling mempengaruhi. Keputusan pembelian, sehingga keputusan pembelian membeli produk.³⁶

Pakaian bekas impor dianggap ilegal di Indonesia. Artinya, tidak sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Pakaian bekas impor ini di distribusikan secara bebas tanpa kontrol terlebih dahulu dan dapat digolongkan sebagai barang berbahaya. Tidak semua pakaian bekas yang di impor ke Indonesia memiliki kualitas yang baik. Barang yang bagus adalah

³⁵ Syahputri and Marliyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping Di Kalangan Mahasiswa UINSU," hlm. 286.

³⁶ Naszirah Nurdin and Syamsul Riyadi, "Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Cakar) Di Kota Makassar," *Jurnal Sinar Manajemen* 9, no. 1 (2022), hlm. 137.

barang bekas yang tidak sobek, berubah bentuk, atau noda, berwarna cerah, dan tentunya masih bisa digunakan.³⁷

b. Jual Beli dalam Perspektif Islam dan KUHP

Islam telah mengatur segala sesuatu tentang jual beli dalam Al-Quran, Hadits dan *Ijma'*, jadi kita juga harus memahami hukum dan aturan tentang jual beli sendiri. Misalnya, apakah transaksi jual beli yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam atau tidak. Pembeli dan penjual, khususnya penjual, harus memahami hal-hal yang berkaitan dengan apakah kegiatan (jual beli) itu dilakukan atau tidak. Selain itu, Islam mengajarkan bahwa manusia harus mendapat manfaat dan menghindari mudharat dalam berurusan dengan masyarakat.

Permasalahan yang terjadi sekarang yaitu apabila dalam jual beli terjadi penipuan yang akibatnya merugikan salah satu pihak kepada pihak lain, baik untuk barang yang dijual, alat tukar, akad dan lain-lain. Oleh karena itu, saat melakukan jual beli, hindari hal-hal yang dapat mengarah padanya kekecewaan dan pengkhianatan. Dalam hal ini, hindari jual beli *gharar*. Jual beli *gharar* termasuk dalam jual beli yang tidak diperbolehkan dalam Islam.

Sebelum melakukan transaksi jual beli terlebih dahulu kita harus mengetahui apa saja rukun dan syarat jual beli dalam ekonomi islam. Jika rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi maka jual beli tersebut bisa batal. Adapun rukun jual beli ada tiga, yaitu:

³⁷ Dewi, Widiati, dan Utama, "Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar." hlm. 217.

- 1) Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
- 2) Objek transaksi, yaitu harga dan barang.
- 3) Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, unsur jual beli ada tiga, yaitu:

- 1) Pihak-pihak. Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian jual beli terdiri atas penjual, pembeli, dan pihak lain yang terlibat dalam perjanjian tersebut.
- 2) Objek. Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud dan benda yang tidak berwujud, yang bergerak maupun benda yang tidak bergerak, dan yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar. Syarat objek di perjual belikan adalah sebagai berikut: Barang yang di jual belikan harus ada, barang yang di jual belikan harus dapat diserahkan, barang yang di jual belikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu, barang yang di jual belikan harus halal, barang yang di jual belikan harus diketahui oleh pembeli, kekhususan barang yang di jual belikan harus diketahui, penunjukan dianggap memenuhi syarat langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut, dan barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad. Jual beli dapat dilakukan terhadap: barang yang terukur menurut porsi, jumlah, berat, atau panjang, baik berupa satuan atau keseluruhan, barang yang ditakar atau ditimbang

sesuai jumlah yang ditentukan, sekalipun kapasitas dari takaran dan timbangan tidak diketahui, dan satuan komponen dari barang yang dipisahkan dari komponen lain yang telah terjual.

- 3) Kesepakatan. Kesepakatan dapat dilakukan dengan tulisan, lisan dan isyarat, ketiganya mempunyai makna hukum yang sama.

Suatu jual beli tidak sah apabila tidak terpenuhi syaratnya dalam suatu akad. Adapun tujuh syarat jual beli, yaitu:

- 1) Saling rela antara kedua pihak. Kerelaan antara kedua belah pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya, berdasarkan firman Allah dalam QS. an-Nisa'/4: 29, dan Hadits Nabi Riwayat Ibnu Majah: "Jual beli haruslah atas dasar kerelaan (suka sama suka)."
- 2) Pelaku akad adalah orang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad dilakukan oleh anak dibawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizin walinya, kecuali akad yang bernilai rendah seperti membeli kembang gula, korek api, dan lain-lain. Hal ini berdasarkan firman Allah QS. an-Nisa'/4: 5 dan 6.
- 3) Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizing pemiliknya.
- 4) Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka, tidak boleh menjual barang haram seperti khamar (minuman keras) dan lain-lain.

- 5) Objek transaksi adalah barang yang biasa di serah terimakan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung di angkasa karena tidak tidak dapat diserahterimakan.
- 6) Objek jual beli diketahui oleh kedua pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang tersebut dan/atau spesifikasi barang tersebut.
- 7) Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli di mana penjual mengatakan: "Aku jual mobil kepadamu dengan harga yang akan kita sepakati nantinya."³⁸

Adapun jual beli yang terlarang antara lain sebagai berikut:

- 1) Jual beli yang sah tapi terlarang antara lain:
 - a) Jual beli yang harganya di atas / di bawah harga pasar dengan cara menghadang penjual sebelum tiba di pasar.
 - b) Membeli barang yang sudah dibeli atau dalam proses tawaran orang lain.
 - c) Jual beli barang untuk di timbun supaya dapat dijual dengan harga mahal dikemudian hari, padahal masyarakat membutuhkannya saat itu.
 - d) Jual beli untuk alat maksiat.
 - e) Jual beli dengan cara menipu.
- 2) Jual beli terlarang dan tidak sah, yaitu:
 - a) Jual beli sperma binatang.
 - b) Menjual anak ternak yang masih dalam kandungan induknya.

³⁸ Darwis Harahap, Arbanur Rasyid, dan Idris Saleh, *Fiqih Muamalah 1* (Medan: CV.Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 37-39.

- c) Menjual belikan barang yang baru dibeli sebelum diserahkan kepada pembelinya.
- d) Menjual buah-buahan yang belum nyata buahnya.³⁹

Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”. Kata jual menunjukkan adanya perbuatan menjual sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.⁴⁰ Sehingga jual beli merupakan perbuatan dua pihak, pihak yang satu sebagai penjual/menjual dan pihak yang lain sebagai pembeli/membeli, maka dalam hal ini terjadilah suatu peristiwa hukum yaitu jual beli. Jual beli merupakan peristiwa hukum pada ranah perdata, menurut Soeroso jual beli termasuk peristiwa hukum majemuk yaitu terdiri dari lebih dari satu peristiwa yakni pada jual beli akan terjadi peristiwa tawar menawar, penyerahan barang, penerimaan barang.⁴¹

Jual beli pada KUHP diatur pada Buku III tentang Perikatan (*Van Verbintenissen*) Bab 5, sehingga jual beli merupakan suatu perjanjian. Perjanjian jual-beli adalah suatu perjanjian timbal-balik, dimana pihak yang satu (penjual) berjanji akan menyerahkan suatu barang, dan pihak lain (pembeli) akan membayar harga yang telah dijanjikan (Pasal 1457 KUHP). Unsur pokok perjanjian jual beli adalah “barang dan harga”. Perjanjian jual beli bersifat konsensual yang ditegaskan dalam Pasal 1458 KUHP, yang berbunyi: “Jual beli dianggap sudah terjadi setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun benda tersebut belum

³⁹ Ahmad Alfian, Ahmad Taufiq Wahyudi, and Tri Bimo Soewarno, *Fikih, Cet-1* (Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2014), hlm. 05-107.

⁴⁰ Chairuman Pasaribu and Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), hlm. 33.

⁴¹ R Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 252-253.

diserahkan dan harga belum dibayar.”⁴² Definisi yang diberikan Pasal 1457 KUHP intinya pada unsur esensial perjanjian jual beli, ini didasarkan pada suatu pemikiran bahwa unsur benda bertalian dengan penyerahan, sedangkan unsur harga berkaitan dengan pembayaran, yang keduanya merupakan kewajiban pokok dari para pihak yang sama-sama harus dipenuhi supaya hak masing-masing pihak terealisasi sebagai wujud konkrit keuntungan yang dikejar.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini dicantumkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai pertimbangan dalam menyusun penelitian ini. dibawah adalah penelitian-penelitiannya.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1	Fitri Diah Wardhani(Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro) Metro 2019.	Faktor-Faktor Minat Konsumen terhadap Baju Bekas Di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap baju bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi pekerjaan, gaya hidup, sikap dan keyakinan, motivasi. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi minat konsumen membeli baju bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro yaitu faktor budaya, faktor sosial, harga,

⁴² Mohamad Kharis Umardani, “Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam (Al Qur’an-Hadist) Secara Tidak Tunai” 4, No. 1 (2020): hlm. 20.

			dan kualitas. Faktor internal yang dominan mempengaruhi minat konsumen membeli baju bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro yaitu motivasi atau dorongan dari dalam diri seseorang. Sedangkan faktor eksternal yang dominan yaitu kualitas.
2	Dewi Rohani (Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Sultan Syarif Kasim) Riau 2019.	Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Dalam Karung (Bal-Balan) Di Pasar Senapelan Pekanbaru	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari segi pelaksanaan jual beli ini dalam islam dibolehkan karena dengan berjualan pakaian bekas pedagang dapat memperbaiki kondisi perekonomian mereka. Jual beli yang dilakukan juga sudah sesuai dengan syarat dan rukun jual beli dalam islam.
3	Amar Mira (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) Medan 2020.	Analisis faktor-faktor minat beli konsumen pada pakaian bekas (monza)	Diperoleh hasil bahwa faktor-faktor minat beli konsumen yaitu kualitas produk, dan kesadaran merek. Kualitas produk merupakan faktor yang paling mempengaruhi minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang dilakukan kepada 14 konsumen dengan mayoritas memilih kualitas produk yang mempengaruhi minat beli mereka. Untuk kesadaran merek juga memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi minat beli konsumen, sebagian konsumen memilih produk dikarenakan merek yang ternama.

4	Nur Awalia (Skripsi, Fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Parepare) Parepare 2019.	Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam).	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1) Minat konsumen dalam memilih pakaian bekas (cakar) dalam penelitian ini tidak terbatas pada satu kelompok karakter saja. Konsumen cakar berasal dari semua jenis kelamin. Lapangan pekerjaan, pendidikan dan besarnya pendapatan. 2). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih cakar yaitu pertama faktor ekonomi, dimana konsumen sangat memperhitungkan harga dalam membeli sebuah pakaian. Kedua yaitu faktor lingkungan di mana lingkungan memberikan pengalaman kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat dan tingkah laku seseorang baik dari lingkungan, keluarga, teman dll. Faktor lain karena cakar kualitasnya bagus dengan harga yang murah, bahkan ada yang masih baru yang mempunyai merek-merek bagus dan modelnya masih merupakan model terbaru. Dalam hukum ekonomi Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhannya ataupun keinginannya selama pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan mampu menambah masalah dan tidak mendatangkan mudharat.</p>
5	Sonia Anastasia	Analisis faktor-	Dapat disimpulkan bahwa

	(Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) Medan 2021.	faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian produk baju bekas impor	faktor yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah faktor gaya hidup. Hal ini disebabkan oleh pola gaya bersosial yang membentuk selera konsumen saat ini.
--	--	--	---

Dari beberapa contoh hasil penelitian di atas, maka dapat digambarkan beberapa persamaan dan perbedaannya. Persamaan penelitian ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan dalam pembahasan pokok permasalahan, yaitu faktor pendorong, Pakaian Bekas (*Thrifting*), minat konsumen, konsumsi. Sedangkan, perbedaan antara penelitian ini dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel Faktor Pendorong, Minat Konsumen, Bekas Menurut Hukum Ekonomi Islam yang digunakan dalam pembahasan pokok permasalahan penelitian sebelumnya. Dilihat dari penelitian terdahulu bukan hanya kualitas barang dan harga yang membuat konsumen memilih untuk membeli pakaian bekas, tetapi banyak faktor lain yang menimbulkan minat tersebut. Maka dari itu penulis ingin mengetahui lebih lanjut apa benar kualitas Barang dan Harga mempengaruhi minat Konsumen Membeli Pakaian Bekas di Pasar Ucock Kodok Kota Padangsidempuan Menurut Hukum Ekonomi Islam dengan cara melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Ucok Kodok Kota Padangsidimpuan. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa lokasi ini peneliti menemukan gejala-gejala atau fenomena-fenomena yang menjadi permasalahan yang diteliti. Penelitian ini mulai dilakukan pada tanggal 19 Juni 2022 sampai 30 Juli 2023.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field Research*) yang difokuskan pada penelitian kualitatif, yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang lain dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian lapangan ini penulis memaparkan suatu kejadian atau peristiwa yang mengandung masalah yang terjadi ditengah-tengah masyarakat sesuai dengan kenyataan.⁴³

C. Subjek Data Penelitian

Subjek penelitian adalah subjek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang menjadi pusat perhatian dan tujuan penelitian. Adapun yang menjadi subjek penelitiannya adalah konsumen yang berjumlah 20 orang konsumen dan 3 orang pedagang pakaian bekas (*Thrifting*) pasar ucok kodok kota Padangsidimpuan.

⁴³ Albi Anggito dan Johan Setiawan, "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Jawa Barat: CV. Jejak, 2018), hlm. 22.

1. Sumber Data Penelitian

Dalam Penelitian ini data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.⁴⁴ Dalam penelitian ini diperoleh data primer langsung dari wawancara dengan para produsen dan konsumen sekaligus pihak-pihak terkait yang ada di lapangan tentang bagaimana minat konsumen dalam membeli pakaian *Thrifting* di Pasar Ukok Kodok Padangsidimpuan. Dalam hal ini peneliti mengambil Informan sebanyak 20 konsumen dan 3 pedagang pakaian *thrifting*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar dari penelitian sendiri walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data yang asli. Data sekunder dapat diperoleh dari instansi-instansi, perpustakaan, ataupun pihak lainnya. Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang didapat dari kepastian buku pustaka baik bacaan maupun data yang memungkinkan dengan penelitian dan relevan serta didapat dari internet ataupun Jurnal.⁴⁵

⁴⁴ Darmadi dan Hamid, "Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial." (Jawa Barat: Alfabeta, 2015), hlm. 31.

⁴⁵ Saroso Samiaji, "Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar" (Jakarta: PT. Index, 2012), hlm. 20-22.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:⁴⁶

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan membaca, mempelajari dan menganalisa buku-buku, jurnaljurna, surat kabar, majalah dan laporan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

b. Studi Lapangan

1) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti asip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan data-data yang berkaitan dengan minat konsumen terhadap Pakaian bekas (*Thrifting*) Pasar Ucok Kodok, foto jenis-jenis pakaian yang dijual, serta laporan tentang jumlah barang masuk dan barang keluar terjual. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dengan cara dokumentasi.

2) Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan

⁴⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 36-38.

atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Berikut ini beberapa bentuk wawancara:

- a) Wawancara Sistematis, adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman (*guide*) tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden. Pedoman wawancara tersebut digunakan oleh pewawancara sebagai alur yang harus diikuti, mulai dari awal sampai akhir wawancara. Biasanya pedoman tersebut telah disusun sedemikian rupa sehingga merupakan sederetan daftar pertanyaan, dimulai dari hal-hal yang mudah dijawab oleh responden sampai dengan hal-hal yang lebih kompleks.
- b) Wawancara Terarah wawancara ini dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara. Ada juga beberapa ahli menambahkan wawancara ini dengan wawancara bebas terpimpin.
- c) Wawancara Mendalam adalah wawancara yang dilakukan secara informal. Biasanya wawancara ini digunakan bersamaan dengan metode observasi partisipasi. Wawancara mendalam dilakukan tanpa menggunakan *guide* tertentu, dan semua pertanyaan bersifat spontan sesuai dengan apa yang dilihat, didengar, dirasakan pada saat pewawancara bersama-sama responden.

Dalam penelitian ini wawancara yang peneliti gunakan adalah Wawancara terarah atau sering disebut wawancara bebas terpimpin. Wawancara terarah atau wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara. Maksudnya adalah dengan kebebasan dapat digali lebih dalam tentang sikap, pendapat, dan keyakinan dari responden. Sedangkan terpimpin diarahkan agar tetap terkontrol jalannya wawancara sesuai dengan yang peneliti rencanakan. Adapun yang menjadi sasaran dalam metode wawancara adalah pemilik dan konsumen Pakaian bekas (*Thrifting*) pasar Ukok Kodok Padangsidempuan.

3) Observasi

Observasi adalah sebagai alat pengumpulan data mempunyai ciri yang lebih spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi langsung memberikan sumbangan yang sangat penting sekali dalam penelitian deskriptif, jenis-jenis informasi tertentu yang dapat diperoleh melalui pengamatan langsung oleh peneliti. Yaitu pengumpulan data secara langsung dari objek penelitian melalui pengamatan, dicatat, direduksi kemudian disajikan secara sistematis untuk menggambarkan objek yang diteliti.

Hasil observasi ini berguna untuk menguatkan data yang diperoleh dari hasil wawancara. Observasi dengan mengamati gejala-

gejala aktifitas yang dilakukan masyarakat untuk memperoleh data real dan signifikan.

3. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul kemudian penulis mengolah data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Data yang diperoleh tidak dituangkan dalam bentuk angka, bilangan atau statistik, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif. Penulis melakukan analisis data dengan memberikan pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif.

Abdussamad menjelaskan bahwa dokumentasi adalah menemukan informasi tentang suatu variabel dari catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, tulisan, risalah rapat, poster, agenda, dan lainnya. Dokumentasi ini berfungsi untuk melengkapi informasi yang diterima hasil wawancara dan pemahaman dokumen dan catatan Penelitian kualitatif memiliki sumber data yang berasal dari sumber non-manusia seperti dokumen, foto dan bahan statistik.⁴⁷

4. Teknik Analisis Data

Berdasarkan inti penyusunan diatas maka dalam melaksanakan penganalisaan penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode analisis yang bersifat kualitatif. Analisa kualitatif yaitu dengan menggunakan analisa deskriptif, membandingkan teori yang dipelajari dengan kenyataan yang penulis temukan dilapangan.

⁴⁷ Zuchri Abdussamad, "Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan I" (Makasar: CV. Syakir Media Press, 2021), hlm. 149-150.

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dan lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan ini dilakukan setelah kegiatan analisis data yang berlangsung di lapangan maupun setelah selesai di lapangan. Selain itu penarikan kesimpulan ini harus berdasarkan analisis data baik yang berasal dari catatan lapangan, observasi, dokumentasi yang didapat dari hasil penelitian di lapangan.

Penarikan kesimpulan atau verifikasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) *Pertama*, menyusun simpulan sementara. Dikatakan sementara karena selama penelitian masih berlangsung, akan diperoleh data tambahan, maka dilakukan verifikasi data, yaitu dengan cara mempelajari data-data yang ada dan melakukan diskusi dengan teman sejawat dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih tepat dan objektif. Demikian seterusnya.

2) *Kedua*, menarik kesimpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan responden dengan makna yang terkandung dalam masalah penelitian secara konseptual.

5. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang diperoleh untuk mengukur keabsahan hasil penelitian dilakukan dengan meningkatkan ketentuan penelitian yaitu melakukan perbaikan secara cermat, tepat, dan berkesinambungan, dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah “triangulasi sumber, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui waktu dan alat atau teknik yang berbeda, dengan cara membandingkan hasil pengamatan dengan data dari hasil wawancara kemudian membandingkan hasil wawancara dengan data dokumentasi.”

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan

Pasar Ucok Kodok adalah salah satu pasar Tradisioal yang terdapat di kota Padangsidempuan. Pasar Ucok Kodok pertama kali berdiri pada tahun 2003. Awalnya pasar Ucok Kodok ini adalah sebuah tanah milik CV. Kurnia. Kemudian tanah tersebut dibeli oleh bapak Ucok Kodok untuk dibangun pasar raya. Nama pasar tersebut diambil dari nama pemilik pasar tersebut yaitu bapak Fahdriansyah Siregar (Ucok Kodok), oleh karena itu pasar ini disebut dengan pasar Ucok Kodok.

Pada saat itu pasar sangkumpul bonang juga melakukan pembangunan, akan tetapi pada saat pasar sangkumpul bonang dibuka pasar tersebut tidak menerima pedagang kaki lima untuk berjualan di pasar tersebut. Kemudian hal tersebut menarik perhatian bapak walikota padangsidempuan yaitu bapak Zulkarnaen Nst dan mengusulkan kepada bapak Fahdriansyah Siregar (Ucok Kodok) agar menerima pedagang kaki lima agar kota padangsidempuan tidak terlihat kumuh yang disebabkan oleh pedagang kaki lima yang berjualan di pinggir jalan. Kemudian bapak Ucok Kodok menerima usulan dari bapak walikota dan menerima pedagang kaki lima untuk berdagang setiap harinya di pasar Ucok Kodok.

Pada saat awal dibukanya pasar tersebut bapak Ucok Kodok menggratis kan uang sewa kepada pedagang selama 3 bulan, setelah itu baru lah para

pedagang yang berdagang di pasar tersebut membayar uang sewa tempat, kebersihan, pajak dan keamanan setiap harinya, begitulah sampai dengan sekarang.⁴⁸ Pasar Ucok Kodok ini di kelolah oleh anak dari bapak Fahdriansah Siregar yaitu Ibu Lili Andriani Siregar selaku pimpinan di pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan.⁴⁹

Pasar Ucok Kodok ini beralamat di Kantin, Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara.⁵⁰ Pasar Ucok Kodok ini terletak tidak jauh dari pusat kota dan tempatnya yang strategis menjadi salah satu pasar yang cukup ramai dikunjungi oleh ibu – ibu rumah tangga pada pagi hari. Pasar Ucok Kodok ini tidak hanya menjual sembako dan bahan pokok makanan saja tetapi di Pasar Ucok Kodok ini banyak terdapat pedagang pakaian baik pakaian yang masih baru maupun pakaian yang bekas. Tetapi peminat pakaian bekas (*Thrifting*) di Pasar Ucok Kodok ini tidak sebanding dengan peminat pakaian yang masih baru, di mana lebih banyak peminat pakaian bekas (*Thrifting*) tersebut. Hal ini di lihat dari banyak nya pengunjung yang mengunjungi pedagang pakaian yang baru dan bekas.

Barang yang dijual di Pasar Ucok Kodok beragam, mulai dari pakaian wanita maupun pria, seperti celana, baju, kemeja, kaos oblong, jaket, dress atasan wanita, sweater, hodie, dan baju anak-anak. Menurut sejumlah pedagang pakaian bekas (*Thrifting*) di Pasar Ucok Kodok, mereka mendatangkan pakaian tersebut dari berbagai Negara di Asia. Seperti Singapura, Malaysia, Hongkong,

⁴⁸ Domu Nasution (Pengawas pasar Ucok Kodok), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁴⁹ Jobal (Koordinator pasar Ucok Kodok), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

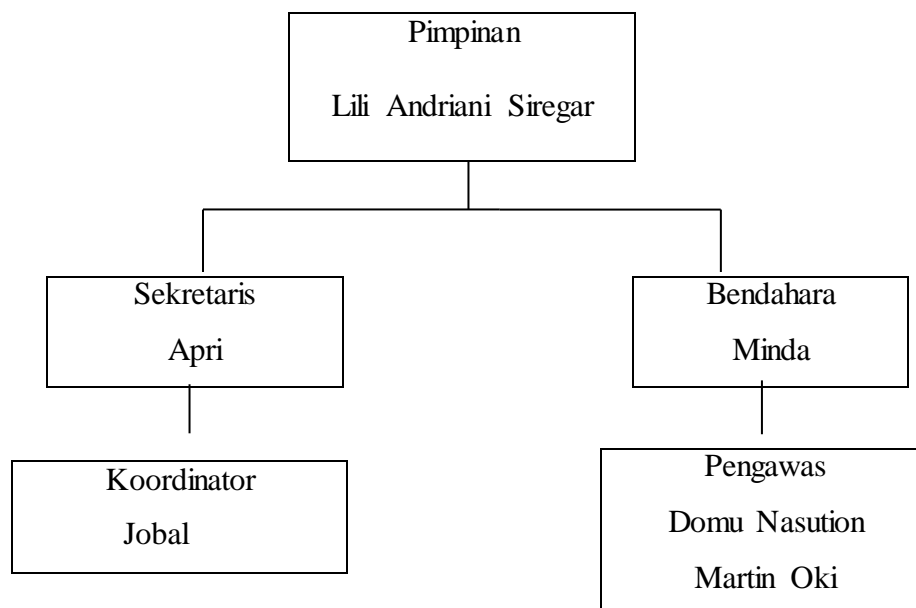
⁵⁰“Pasar Ucok Kodok,” accessed July 19, 2023, https://nicelocal.id/padang-sidempuan/shops/pasar_cok_kodok/.

dan Korea, sebagian pedagang lainnya mendapatkan pakaian bekas (*Thriftling*) dari dalam negeri seperti Tanjung Balai, Batam, Bandung dan Jakarta.

Biasanya pedagang mendapatkan pakaian bekas (*Thriftling*) mendapatkan barang baru setiap satu minggu sekali yaitu pada Hari Sabtu di hari itu pula ramai para pengunjung berdatangan untuk membeli pakaian. Pada saat barang yang baru datang dari pemasok pakaian bekas (*Thriftling*) di bongkar, maka disitu pula para pengunjung mulai meramaikan pasar Ucok Kodok tersebut.⁵¹

2. Struktur Pengelolaan Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan

Gambar IV.1 Struktur Pengelolaan Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan



Sumber : Domu Nasution (Pengawas Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan), Wawancara, (Padangsidimpuan: 29 September 2023).

⁵¹ Syawaluddin Nasution (Pedagang Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 8 Juni 2023)

B. Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 20 konsumen dan 3 pedagang yang peneliti jadikan sebagai informan. Berikut merupakan profil masing – masing informan dalam penelitian ini:

Tabel IV.1 Data Informan Pakaian *Thrifting* Pasar Ucok Kodok

No	Nama	Pekerjaan	Usia
1	Dita	Mahasiswa	23 Tahun
2	Oktavia	Mahasiswa	23 Tahun
3	Rahmi	Guru	25 Tahun
4	Siska	Wiraswasta	25 Tahun
5	Dea	Wiraswasta	26 Tahun
6	Adit	Wiraswasta	28 Tahun
7	Riski	Mahasiswa	24 Tahun
8	Asma	Guru	30 Tahun
9	Reni	Ibu Rumah Tangga	33 Tahun
10	Kiki	Bidan	31 Tahun
11	Riri	Bidan	30 Tahun
12	Ismi	Ibu Rumah Tangga	35 Tahun
13	Ayu	Mahasiswi	22 Tahun
14	Nita	Guru	40 Tahun
15	Caca	Guru	42 Tahun
16	Pebri	Mahasiswi	23 Tahun
17	Salsa	Mahasiwi	22 Tahun
18	Rina	Guru	45 Tahun
19	Bima	Wiraswasta	28 Tahun
20	Ani	Bidan	29 Tahun
21	Nanny	Pedagang Pakaian Bekas	30 Tahun
22	Syawaluddin Nasution	Pedagang Pakaian Bekas	32 Tahun
23	Annisa	Pedagang Pakaian Bekas	28 Tahun

Sumber : Wawancara Peneliti dengan Konsumen & pedagang Pakaian *Thrifting* Pasar Ucok Kodok Kota Padangsidimpuan, (Padangsidimpuan: 29 Juli – 20 Agustus 2023).

C. Pengolahan dan Analisis Data

1. Pengolahan Data

Peneliti mengolah data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui waktu dan alat atau teknik yang berbeda, dengan cara membandingkan hasil pengamatan dengan data dari hasil wawancara kemudian membandingkan hasil wawancara dengan data dokumentasi.

Data di peroleh dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada 20 orang yang di jadikan sebagai informan. Hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti disajikan sebagai berikut:

a. Dita: Ya, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena faktor gaya hidup, karena pakaian *thrifting* jauh lebih murah harganya dibanding dengan harga asli dari baju yang baru yang dijual di toko, walaupun harganya murah tetapi kualitas dan modelnya selalu mengikuti *trend fashion*.⁵²

Oktavia: Ya, karena dengan harga yang murah saya sudah dapat membeli pakaian *branded* dengan kualitas yang bagus dan juga saya sangat suka menggunakan pakaian *branded*.⁵³

Rahmi: Ya, karena pakaian disini kualitas nya sangat bagus dan juga modelnya unik-unik jarang sama dengan orang lain dan juga sesuai dengan gaya hidup saya.⁵⁴

⁵² Dita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

⁵³ Oktavia (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

⁵⁴ Rahmi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

Siska : Tentu saja, karena pakaian disini banyak *brand* luar negeri dan ketika saya memakainya orang mengira saya memakai baju yang mahal.⁵⁵

Dea: Terkadang, karena terkadang saya membeli pakaian bekas ini hanya karena saya menyukai warna nya dan ukurannya pas dengan saya.⁵⁶

Adit: Ya, karena saya sangat menyukai barang *brended* dan ketika saya memakainya akan menambah rasa percaya diri saya.⁵⁷

Riski: Ya, karena menurut saya pakaian disini kualitas nya bagus dan sesuai dengan gaya hidup saya.⁵⁸

Asma: Ya, selain harganya yang murah pakaian disini juga menyesuaikan dengan yang pakaian yang sering di gunakan *influencer*.⁵⁹

Reni: Tidak, saya membeli pakaian di sini karena untuk memenuhi kebutuhan saja dan juga kualitas pakaian yang bagus.⁶⁰

Kiki: Ya, karena saya menyukai model baju yang unik-unik dan tidak pasaran.⁶¹

Riri: Ya, karena gaya hidup menurut saya sangat penting karena banyak orang menilai kita dari penampilan.⁶²

Ismi: Tidak, saya membeli pakaian disini karena kualitas pakaian nya yang bagus dan harganya yang murah.⁶³

⁵⁵ Siska (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁵⁶ Dea (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁵⁷ Adit (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁵⁸ Riski (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁵⁹ Asma (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁶⁰ Reni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁶¹ Kiki (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁶² Riri(konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁶³ Ismi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

Ayu: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena saya sangat mudah bosan dan saya suka berganti-ganti pakaian, dengan harga yang murah membuat saya jadi tertarik membeli pakaian *thrifting* ini.⁶⁴

Nita: Tidak, karena terkadang pakaian dengan *brand* terkenal agak sedikit mahal menurut saya dan saya lebih memilih pakaian dengan *brand* biasa saja agar harganya sesuai dengan *budget* saya.⁶⁵

Caca: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini hanya karena kualitas pakaiannya yang bagus dan harga nya yang murah.⁶⁶

Juni: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini hanya karena saya nyaman memakainya dan harga nya yang murah.⁶⁷

Salsa: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena model baju nya yang unik dan jarang sama dengan orang lain.⁶⁸

Rina: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena kualitas bajunya yang bagus dan ketika sudah lama di pakai pun tetap bagus dan jahitannya tidak mudah sobek.⁶⁹

Bima: Ya, karena pakaian dengan *brand* terkenal itu dapat membuat saya lebih percaya diri ketika menggunakan nya.⁷⁰

Ani : Ya, karena saya sangat menyukai pakaian dengan model yang unik – unik dan juga dengan merek yang terkenal karena sesuai dengan gaya hidup saya.⁷¹

⁶⁴ Ayu (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁶⁵ Nita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁶⁶ Caca (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁶⁷ Juni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁶⁸ Salsa (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁶⁹ Rina (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁷⁰ Bima (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 30 Juli 2023)

b. Dita: Motivasi saya menggunakan pakaian *thrifitng* ini yaitu kita tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk mengikuti *trend fashion*.⁷²

Oktavia: Motivasi saya yaitu pakaian *branded* tidak hanya bisa di pakai oleh kalangan atas saja tetapi kalangan biasa seperti saya juga dapat membeli dan memakainya.⁷³

Rahmi: Motivasi saya yaitu pakaian disini kualitas nya terbilang bagus dan model nya unik - unik jadi buat saya ingin berbelanja disini terus.⁷⁴

Siska : Motivasi saya yaitu karena disini banyak pakaian *branded*.

Dea: Motivasi saya yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup saya, karena pakaian kan salah satu kebutuhan primer.⁷⁵

Adit: Motivasi saya karena saya menyukai pakaian *branded*, dengan harga yg tidak terlalu mahal saya sudah bisa membeli pakaian *branded* yang saya ingin kan.⁷⁶

Riski: Motivasi saya yaitu karena disini pakaian nya murah tapi kualitas nya bagus dan juga modelnya selalu kekinian.⁷⁷

Asma: Motivasi saya yaitu pakaian yg di pakai para influencer dan artis-artis banyak yang hampir mirip dengan yang di jual disini.⁷⁸

Reni: Motivasi saya karna harga nya yang murah dan kualitas pakaian nya yg bagus dan juga warna nya tidak mudah luntur.⁷⁹

⁷¹ Ani (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 30 Juli 2023)

⁷² Dita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷³ Oktavia (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷³ Siska (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷⁴ Rami (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷⁴ Siska (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷⁵ Dea (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷⁶ Adit (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷⁷ Riski (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁷⁸ Asma (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

Kiki: Motivasi saya yaitu pakaian disini model baju nya unik-unik, tidak pasaran, dan juga modelnya selalu kekinian.⁸⁰

Riri: Motivasi saya yaitu karena pakaian disini yang kekinian dan dapat membuat saya terlihat *fashionable* dengan modal yang minim.⁸¹

Ismi: Motivasi saya karena harganya murah dan kualitasnya bagus.⁸²

Ayu: motivasi saya yaitu karena harganya murah dan selalu kekinian.⁸³

Nita: Motivasi saya yaitu harganya yang sesuai dengan *budget* saya.⁸⁴

Caca: Motivasi saya yaitu kualitas pakaian yang bagus dan harga pakaian yang murah.⁸⁵

Juni: Motivasi saya yaitu karena pakaian disini kualitas nya bagus sehingga saya nyaman memakai nya dan juga di jual dengan harga yang murah.⁸⁶

Salsa: Motivasi saya yaitu karena baju disini unik-unik model nya jadi jarang samanya dengan orang lain.⁸⁷

Rina: Motivasi saya yaitu kualitas pakaian disini lumayan bagus walaupun sudah di pakai bertahun-tahun tetapi warna nya tidak luntur dan jahitannya kuat.⁸⁸

Bima: Motivasi saya yaitu merek/*brand* pakaian tersebut harus terkenal.⁸⁹

⁷⁹ Reni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁸⁰ Kiki (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁸¹ Riri (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁸² Ismi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸³ Ayu (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸⁴ Nita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸⁵ Caca (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸⁶ Juni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸⁷ Salsa (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸⁸ Rina (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

⁸⁹ Bima (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 30 Juli 2023)

Ani: motivasi saya yaitu, model dari pakaian tersebut dan juga *brand* dari pakaian tersebut harus dari luar negeri.⁹⁰

c. Dita: saya tidak terlalu mempertimbangkan merek sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena yang terpenting bagi saya harganya murah dan modelnya kekinian.⁹¹

Oktavia: ya, saya mempertimbangkan merek karena Saya sangat suka menggunakan pakaian *branded*.⁹²

Rahmi: saya tidak terlalu mempertimbangkan merek karena bagi saya yang terpenting adalah kualitas yang bagus dan juga model yang unik yang tidak sama dengan orang lain.⁹³

Siska: saya mempertimbangkan merek karena ketika saya memakai pakaian *branded* maka akan menambah kepercayaan diri saya.⁹⁴

Dea: saya tidak terlalu mempertimbangkan merek yang terpenting bagi saya yaitu saya nyaman ketika memakainya.⁹⁵

Adit: tentu saja, saya mempertimbangkan merek karena saya akan membeli pakaian *thrifting* ini jika saya menemukan pakaian dengan *brand* luar negeri yang terkenal dan ketika saya memakai pakaian *branded* tersebut akan membuat saya lebih percaya diri.⁹⁶

⁹⁰ Ani (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 30 Juli 2023)

⁹¹ Dita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁹² Oktavia (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁹³ Rahmi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁹⁴ Siska (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁹⁵ Dea (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁹⁶ Adit (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

Riski: Ya, karena saya pikir pakaian dengan merek/*brand* terkenal memiliki kualitas yang bagus dan juga terlihat lebih menarik ketika di gunakan.⁹⁷

Asma: Ya, karena pakaian *branded* lebih terlihat *fashionabel* ketika digunakan.⁹⁸

Reni: Tidak, karena yang terpenting bagi kualitas pakaian yang bagus, tebal, jahitan rapi warna nya tidak norak dan harga nya murah.⁹⁹

Kiki: Ya, karena pakaian *branded* tersebut dapat menambah percaya diri saya ketika menggunakannya.¹⁰⁰

Riri: Ya, karena jika kita memakai pakaian *branded* maka kita terlihat lebih berkelas dan *fashionable*.¹⁰¹

Ismi: Ya, saya mempertimbangkan merek/*brand* sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena saya lebih nyaman menggunakan pakaian dengan *brand* terkenal walaupun harganya yang sedikit mahal.¹⁰²

Ayu: Terkadang, karena saya lebih memilih pakaian dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus.¹⁰³

Nita: Tidak, karena saya lebih memilih pakaian dengan kualitas yang bagus, jahitannya rapi, dan dijual dengan harga yang murah.¹⁰⁴

Caca: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena kualitas bahannya yg bagus dan tebal dan juga harganya yang murah.¹⁰⁵

⁹⁷ Riski (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

⁹⁸ Asma (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

⁹⁹ Reni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁰⁰ Kiki (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁰¹ Riri (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁰² Ismi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁰³ Ayu (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁰⁴ Nita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁰⁵ Caca (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

Juni: Tidak, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena saya nyaman memakainya dan juga dijual dengan harga yang murah.¹⁰⁶

Salsa: Ya, karena pakaian *branded* pasti memiliki keunikan masing-masing dengan model yang kekinian.¹⁰⁷

Rina: tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena kualitas bajunya yang bagus dan ketika sudah lama dipakai pun tetap bagus dan jahitannya tidak mudah sobek.¹⁰⁸

Bima: Ya, saya mempertimbangkan merek/*brand* karena saya sangat suka menggunakan pakaian dengan *brand* terkenal dan juga lebih menambah percaya diri saya ketika menggunakannya.¹⁰⁹

Ani: Ya, saya selalu mempertimbangkan merek sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena pakaian dengan merek yang terkenal menurut saya walaupun harganya lumayan mahal, tetapi modelnya unik-unik dan juga jarang di jumpai di toko-toko pakaian.¹¹⁰

d. Dita: ya, saya sangat mempertimbangkan harga karena saya bisa mendapatkan baju dengan kualitas yang bagus dan model baju yang kekinian dengan harga yang murah.¹¹¹

Oktavia: ya, saya sangat mempertimbangkan harga karena harga dari pakaian *thrifting* ini jauh lebih murah dibanding dengan pakaian yang baru dengan *brand* yang sama.¹¹²

¹⁰⁶ Juni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 29 Juli 2023)

¹⁰⁷ Salsa (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 29 Juli 2023)

¹⁰⁸ Rina (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 29 Juli 2023)

¹⁰⁹ Bima (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 30 Juli 2023)

¹¹⁰ Ani (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 30 Juli 2023)

¹¹¹ Dita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

Rahmi: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan mengeluarkan uang yang sedikit kita udah bisa mendapatkan baju dengan model yang kita mau¹¹³

Siska : ya, saya mempertimbangkan harga karena tidak perlu menguras kantong untuk dapat memakai baju dengan kualitas yang bagus.¹¹⁴

Dea: ya, saya mempertimbangkan harga karena jika pakaian di jual dengan harga yang murah akan menjadi daya tarik bagi orang lain termasuk saya.¹¹⁵

Adit: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian *branded*.¹¹⁶

Riski: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan harga yang murah saya sudah mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus dan juga model yang kekinian.¹¹⁷

Asma: terkadang, karena terkadang pakaian yang di pakai influencer di jual dengan harga yang sedikit mahal tetapi tidak semahal pakaian yang di jual di toko ataupun di pasar dan jika saya nyaman dan suka saya akan membelinya.¹¹⁸

Reni: tentu saja, menurut saya kita tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk membeli baju dengan kualitas yang bagus.¹¹⁹

¹¹² Oktavia (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹¹³ Rami (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹¹⁴ Siska (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹¹⁵ Rami (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹¹⁶ Rami (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹¹⁷ Rami (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹¹⁸ Asma (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹¹⁹ Reni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

Kiki: ya, dengan harga yang lumayan murah kita sudah bisa mendapatkan pakaian dengan model yang unik-unik, kualitas bagus, dan juga kita jadi bisa mengikuti trend fashion.¹²⁰

Riri: ya, karena walaupun dengan harga yang murah tetapi jika kita bisa memakainya dengan mengikuti trend fashion maka kita akan terlihat stylish ketika memakainya.¹²¹

Ismi: ya, karena kualitas yang bagus dan harga yang murah menjadikan saya sering membeli pakaian *thrifting* ini.¹²²

Ayu: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus dan juga model yang kekinian.¹²³

Nita: ya, saya mempertimbangkan harga karena saya tidak terlalu suka membeli pakaian dengan harga yang mahal.¹²⁴

Caca: ya, saya mempertimbangkan harga makanya saya membeli pakaian *thrifting* ini karena kalau pakaian baru dengan kualitas bahan seperti pakaian *thrifting* ini pasti dijual dengan harga yang mahal.¹²⁵

Juni: ya, saya membeli pakaian *thrifting* ini karena harga yang murah dengan kualitas bagus dan juga saya nyaman memakainya.¹²⁶

¹²⁰ Kiki (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹²¹ Riri (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹²² Ismi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹²³ Ayu (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹²⁴ Nita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹²⁵ Caca (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹²⁶ Juni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

Salsa: terkadang, karena ketika saya nyaman menggunakan pakaian yang saya pilih dan modelnya sesuai dengan yang saya inginkan maka saya akan membelinya.¹²⁷

Rina: ya, saya mempertimbangkan harga sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus, tahan lama, jahitannya yang rapi dan kokoh.¹²⁸

Bima: terkadang saya mempertimbangkan harga karena saya sangat menyukai pakaian *branded* dan saya tau jika pakaian *branded* itu jarang sekali di jual murah tetapi harga di pasar ini jauh lebih murah dibanding dengan pakaian yang masih baru.¹²⁹

Ani: terkadang, bagi saya harga tidak masalah jika saya sudah menyukai brand tersebut dan juga modelnya cocok dengan gaya hidup saya.¹³⁰

e. Dita: ya, saya sangat mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini, karena kualitas yang bagus dari pakaian akan membuat pakaian tersebut terlihat mahal ketika di gunakan.¹³¹

Oktavia: terkadang, saya lebih mempertimbangkan merek dari pakaian *branded* tersebut.¹³²

Rahmi: ya, saya mempertimbangkan kualitas pakaian sebelum membelinya karena kualitas yang bagus akan membuat saya puas ketika membeli pakaian *thrifting* ini.¹³³

¹²⁷ Salsa (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 29 Juli 2023)

¹²⁸ Rina (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 29 Juli 2023)

¹²⁹ Bima (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 30 Juli 2023)

¹³⁰ Ani (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 30 Juli 2023)

¹³¹ Dita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

¹³² Oktavia (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

Siska: terkadang, karena menurut saya merek lebih penting daripada kualitas pakaian tersebut karena saya sangat suka memakai pakaian *brended*.¹³⁴

Dea: tentu saja, kualitas pakaian sangat saya pertimbangkan sebelum membeli pakaian *thrifting* ini, karena jika kualitas pakaian nya bagus maka pakaian tersebut akan tahan lama untuk dipakai dan di simpan.¹³⁵

Adit: terkadang, karena saya lebih mempertimbangkan merek daripada kualitas sebelum membeli pakaian *thrifting* ini.¹³⁶

Riski: ya saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena kualitas yang bagus akan membuat saya merasa puas ketika memakai pakaian tersebut.¹³⁷

Asma: terkadang, karena tidak semua bahan pakaian yang sedang trend menggunakan bahan yang tebal terkadang pakaian yang trend menggunakan bahan yang agak tipis dan menerawang tetapi jahitannya tetap rapi dan tidak mudah sobek.¹³⁸

Reni: tentu saja, karena kualitas yang bagus akan membuat pakaian tersebut lebih tahan lama di gunakan dan juga akan terlihat lebih mewah ketika di gunakan walaupun digunakan orang biasa seperti saya ini.¹³⁹

¹³³ Rahmi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹³⁴ Siska (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹³⁵ Dea (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹³⁶ Adit (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹³⁷ Riski (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹³⁸ Asma (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹³⁹ Reni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

Kiki: terkadang, karena saya lebih mengutamakan model baju yang unik-unik, kebanyakan baju dengan model yang unik-unik bahannya sedikit lecin dan juga agak tipis tetapi tidak menerawang.¹⁴⁰

Riri: ya, karena menurut saya pakaian *brended* itu kualitas nya bagus-bagus.¹⁴¹

Ismi: ya, saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian *thrifting* ini, karena saya lebih menyukai pakaian dengan kualitas dan juga tahan lama.¹⁴²

Ayu: ya, saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena kualitas yang bagus dan harga yang murah membuat saya tertarik membeli pakaian *thrifting* ini.¹⁴³

Nita: ya, karena kualitas yang bagus dan jahitannya rapi menjadi alasan saya membeli pakaian *thrifting* disini.¹⁴⁴

Caca: ya, kualitas yang bagus sangat menjadi pertimbangan saya sebelum membeli pakaian *thrifting* ini.¹⁴⁵

Juni: ya, karena kualitas yang bagus membuat saya nyaman menggunakan pakaian *thrifting* ini.¹⁴⁶

Salsa: terkadang, karena saya memilih pakaian *thrifting* ini selain harganya yg murah dan juga modelnya yg unik-unik.¹⁴⁷

¹⁴⁰ Kiki (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁴¹ Riri (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁴² Ismi (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁴³ Ayu (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁴⁴ Nita (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁴⁵ Caca (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁴⁶ Juni (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁴⁷ Salsa (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

Rina: tentu saja kualitas pakaian menjadi yang sangat saya pertimbangkan sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena pakaian bekas ini tidak semua memiliki kualitas yang bagus jadi kita harus pandai-pandai memilih nya.¹⁴⁸

Bima: ya, saya membeli pakaian *thrifting* ini mempertimbangkan kualitas karena kualitas yang bagus akan tahan lama ketika di gunakan.¹⁴⁹

Ani: ya, saya mempertimbangkan kualitas pakaian karena kualitas yang bagus menjadikan daya tarik pakaian *thrifting* ini untuk saya beli.¹⁵⁰

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada 3 orang pedagang yang di jadikan sebagai informan. Hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti disajikan sebagai berikut:

- a. Syawaluddin: “Saya berjualan pakaian bekas ini sudah sangat lama, awalnya yang berjualan pakaian bekas ini itu ibu saya, kemudian saya tertarik untuk ikut berjualan pakaian bekas ini kira-kira sudah 10 tahun lebih.”¹⁵¹ Nanny: “Saya berjualan pakaian bekas ini kira-kira sudah 7 tahun.”¹⁵² Annisa : “Saya berjualan pakaian bekas ini kira-kira 4 tahun.”¹⁵³
- b. Syawaluddin: “Saya mendapatkan pakaian bekas ini dari Tanjung Balai kadang juga dari Medan karena disana ada teman yang juga menjual pakaian bekas.”¹⁵⁴ Nanny: “saya mendapatkan pakaian-pakaian bekas ini dari berbagai daerah tergantung dimana ada barang yang dikirim dari luar,

¹⁴⁸ Rina (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 29 Juli 2023)

¹⁴⁹ Bima (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 30 Juli 2023)

¹⁵⁰ Ani (konsumen), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 30 Juli 2023)

¹⁵¹ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁵² Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁵³ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁵⁴ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), *Wawancara*, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

tetapi saya lebih sering mendapatkan pakaian bekas ini dari Bandung, harganya pun cukup terjangkau jadi jika ada pakaian yang sudah tidak layak pakai saya tidak akan rugi karena bisa di target per pcs-nya berapa sehingga bisa menutupi pakaian rusak tersebut dan juga harga tidak memberatkan para pembeli.”¹⁵⁵ Annisa: “Saya mendapatkan pakaian bekas ini di kirim dari Batam karena di sana ada banyak penjual pakaian bekas, saya juga ada teman di sana kerjanya menjual pakaian bekas ini dalam bentuk bal tidak per pcs dan harganya juga terjangkau jadi saya bisa menjualnya dan mendapatkan untung.”¹⁵⁶

- c. Syawaluddin: “Prosesnya, saya memesan pakaian ke distributor melalui telepon terlebih dahulu dengan menggunakan kode tertentu kemudian mencocokkan harga, jika sudah sepakat saya akan mentransfer uangnya kepada distributor kemudian barang pun akan di kirim.”¹⁵⁷ Nanny: “Kalau saya prosesnya, saya langsung datang ke tempat penjualnya kemudian mereka nanti akan ngasi beberapa kode yang ingin kita beli terus kita nanti tinggal pilih pakaian bagaimana yang mau kita jual setelah itu baru proses tawar menawar, setelah sepakat baru bal yang tela kita pilih akan di kirim ke alamat kita.”¹⁵⁸ Annisa: “ Kalau saya prosesnya biasanya saya langsung menghubungi distributornya melalui telepon dengan menggunakan kode

¹⁵⁵ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁵⁶ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁵⁷ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁵⁸ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

tertentu kemudian melakukan tawar-menawar saya jika sudah sepakat saya tinggal menunggu barang nya datang.”¹⁵⁹

- d. Syawaluddin: “Setelah mendapatkan barang, penjual memilah-milah barang yang layak pakai dan tidak layak pakai. Barang yang tidak layak pakai, dijual kembali kepada tukang-tukang jahit untuk membuat pakaian atau yang lain sehingga dapat kembali. Cara para penjual pakaian bekas menjual pakaian bekas dengan cara eceran dan obralan.”¹⁶⁰ Annisa: “kadang jika ada barang yang rusak saya jahit kembali sehingga bisa di jual kembali dan yang sudah tidak bisa diperbaiki ya bisa dijadikan lap.”¹⁶¹ Nanny: “saya akan mengasingkan pakaian dengan brand terkenal dan tidak, jika terdapat pakaian yang sobek beberapa akan saya jahit jika sobeknya tidak terlalu parah tetapi jika parah tidak akan saya jual.”¹⁶²

- e. Nanny: “Strategi yang bisa saya lakukan yaitu pakaian bekas tersebut langsung dicuci, agar nilainya lebih tinggi dan para pembeli lebih yakin dan tidak takut terkena penyakit karena pakaian sudah di cuci sebelum di perjual belikan ke konsumen.”¹⁶³

Annisa: “Sebelum pakaian bekas tersebut di jual biasanya kami menyortir pakaian terlebih dahulu, setelah di sortir pakaian akan dicuci dan di sertika jika pakaian tersebut terlalu kusut.”¹⁶⁴

¹⁵⁹ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁶⁰ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁶¹ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁶² Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁶³ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁶⁴ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

Syawaluddin: “strategi yang biasa saya lakukan yaitu membuka bal di tempat jualan saya hal tersebut akan menarik perhatian para konsumen, konsumen sangat menyukai barang yang baru makanya saya langsung membuka bal di tempat saya jualan pada hari sabtu/minggu.”¹⁶⁵

- f. Annisa: “Pembeli pakaian bekas diminati oleh kalangan anak muda khususnya yang mengetahui merek-merek ternama di dunia. Selain menghemat keuangan, ia juga menggambarkan gaya berpakaian masa kini.”¹⁶⁶

Syawaluddin “Pembeli yang sering kesini banyak, seperti Dosen, Anak Kuliah, Bapak-bapak dan Ibu-ibu, bahkan dari kalangan menengah atas juga sering kesini.”¹⁶⁷

Nanny “Pengunjung/pembeli yang sering datang untuk membeli pakaian bekas kesini yaitu anak muda/remaja bahkan orang tua dan merek yang sering mereka cari itu jenis merek Uniqlo, Zara, dan H&M.”¹⁶⁸

- g. Syawaluddin: “Jenis pakaian yang di jual sangat beragam Mulai dari pakaian, (Wanita, Pria, dan Anak-anak). Barang yang dijual masih sangat bagus dan masih layak dipakai.”¹⁶⁹

Annisa mengatakan “Jenis barang/ pakaian bekas yang dijual beragam mulai dari Dress Atasan Wanita, Celana panjang dan celana pendek, Training,

¹⁶⁵ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁶⁶ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁶⁷ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁶⁸ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁶⁹ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

Kemeja pria dan wanita, Sweeter, Jaket, Hodie, Baju Anak-anak, Jas, Baju kaos panjang/pendek pria dan wanita.”¹⁷⁰

Nanny: “Jenis pakaian yang dijual beragam mulai dari dress anak-anak, atasan, rok, celana panjang, celana pendek, celana jeans dan kemeja anak - anak.”¹⁷¹

- h. Annisa: Harga per pasang pakaian bekas mulai dari Rp.5.000 sampai dengan Rp.50.000,- saja dan semua harga tergantung dari jenis pakaian dan bahannya.”¹⁷²

Syawaluddin : “Harga kemeja dan atasan dewasa di jual mulai harga Rp.25.000 – Rp.40.000 bahkan untuk pakaian anak-anak bisa didapatkan dengan harga sekitar Rp.5.000 sampai dengan Rp.35.000,-. Sedangkan harga celana jeans dimuai dari harga Rp.40.000,- sampai dengan Rp.90.000,-.”¹⁷³

Nanny: Harga dress anak-anak dijual mulai dengan harga Rp.25.000-40.000,- tergantung dari ukuran dress nya sedangkan rok anak-anak dijual mulai dari harga Rp.10.000 - 20.000,- dan harga baju atasan anak-anak dijual dengan harga 15.000 - 25.000,- sedangkan harga dari celana panjang dan celana pendek anak di jual dengan harga 10.000 – 20.000,- / pcs nya.”¹⁷⁴

¹⁷⁰ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁷¹ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁷² Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁷³ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁷⁴ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

- i. Nanny, Syawaluddin, Annisa: “Ya, barang yang saya jual ini adalah milik saya yang langsung saya jualkan kepada konsumen.”¹⁷⁵

2. Analisis Data

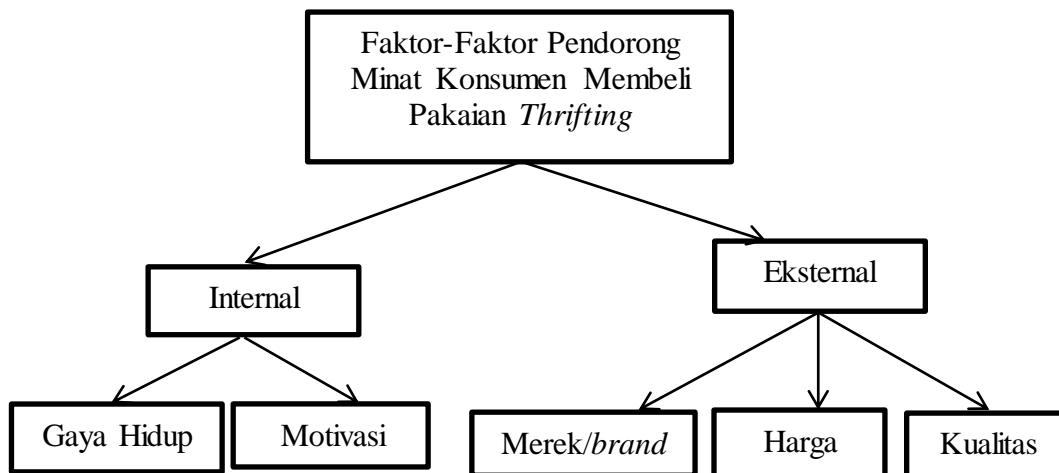
a. Fakto-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*

Minat konsumen memiliki peranan yang penting bagi keberhasilan suatu usaha. Begitu juga dengan Pakaian Bekas di pasar Ucok Kodok yang banyak diminati oleh konsumen.

Minat Konsumen dengan pakaian *thrifting* di Pasar Ucok Kodok di latar belakang oleh beberapa pendapat. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa beberapa konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok didorong oleh beberapa faktor. Setelah melakukan wawancara terhadap 11 orang konsumen pakaian *thrifting* di Pasar Ucok Kodok, untuk mengetahui faktor-faktor pendorong minat beli konsumen, Berikut gambaran faktor-faktor yang mendorong minat beli konsumen membeli terhadap pakaian *thrifting* dibawah ini.

Gambar IV.2 Faktor-Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*.

¹⁷⁵ Nanny, Syawaluddin dan Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)



1) Faktor Internal

a) Gaya Hidup

Setiap orang memiliki gaya hidup masing-masing, maka dari perbedaan tersebut dapat menunjukkan bagaimana setiap orang memiliki karakter dirinya masing-masing. Gaya hidup dari setiap subjek dapat bersangkutan dengan pola berbelanja dan pergaulan, hal tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi individu yang tercermin dari kebiasaan sehari-hari, interaksi dengan orang lain, serta kesukaan dalam suatu hal. Seseorang akan cenderung memiliki gaya hidup yang tinggi dan kebanyakan akan mengikuti berbagai macam *trend fashion* yang sedang berlangsung.

Dampak positif *trend fashion* yakni bermunculnya gaya berpakaian baru yang membuat individu lebih kreatif, unik dan percaya diri. Sedangkan dampak negative *trend fashion* yaitu harus selalu mengikuti perkembangan *trend fashion* yang selalu berubah-ubah disetiap tahunnya. Solusi dari hal tersebut adalah menjadikan

pakaian *Thriftling* sebagai alternatif agar biaya yang dikeluarkan *relative* lebih rendah. Maka gaya hidup adalah salah satu alasan mengapa pakaian bekas menjadi pengaruh untuk minat beli seseorang.

Seperti yang di ungkapkan oleh dita, oktavia, asma, yaitu:

“saya membeli pakaian *thriftling* ini karena pakaian *thriftling* jauh lebih murah harganya dibanding dengan harga asli dari baju yang baru yang dijual di toko, walaupun harganya murah tetapi kualitas dan modelnya selalu mengikuti *trend fashion*.”¹⁷⁶

Senada dengan itu yang di ungkapkan oleh rahmi, riski, ibu kiki dan ani yaitu: “pakaian disini kualitas nya sangat bagus dan juga modelnya unik-unik jarang sama dengan orang lain dan juga sesuai dengan gaya hidup saya.”¹⁷⁷

Senada dengan itu yang di ungkapkan oleh siska, adit dan bima yaitu: “karena pakaian disini banyak *brand* luar negeri dan ketika saya memakainya orang mengira saya memakai baju yang mahal dan membuat saya lebih percaya diri ketika menggunakannya.”¹⁷⁸

Senada dengan itu ungkapan riri: “gaya hidup menurut saya sangat penting karena banyak orang menilai kita dari penampilan.”¹⁷⁹

¹⁷⁶ Dita, Oktavia, Asma, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27-28 Juli 2023)

¹⁷⁷ rahmi, riski, kiki dan ani Wawancara (Konsumen Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27-28 Juli 2023)

¹⁷⁸ siska, adit dan bima, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹⁷⁹ Riri, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

Berdasarkan hasil analisis diatas yang menjawab gaya hidup sebagai faktor ia membeli pakaian *thrifting* yaitu 11 informan dari 20 informan. Berdasarkan hal tersebut gaya hidup tidak terlalu dominan menjadi salah satu faktor pendorong konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucock Kodok Padangsidimpuan.

b) Motivasi

Motivasi merupakan salah satu faktor dalam memilih dan membeli pakaian *Thrifting*, motivasi dapat timbul dari dalam diri karena adanya perubahan busana dari para *influencer* dapat membangkitkan motivasi dari dalam yang melatar belakangi keinginan seseorang untuk dapat memenuhi. Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang yang menjadi faktor penggerak untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁸⁰

Dengan adanya kebutuhan dan keinginan tersebut maka dilakukan tindakan pembelian untuk memenuhi keinginan tersebut.

Hal tersebut sebagaimana yang di ungkapkan oleh Saudari dita: “motivasi saya menggunakan pakaian *thrifting* ini yaitu kita tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk mengikuti *trend fashion*.”¹⁸¹

Sejalan dengan itu oktavia, adit, dan siska berpendapat: “motivasi saya yaitu pakaian *branded* tidak hanya bisa di pakai oleh

¹⁸⁰ Nur Mustika Syahputri dan Marliyah Marliyah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap *Thrift Shopping* Di Kalangan Mahasiswa UINSU,” *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 6, no. 1 (2023): hlm. 284-285, <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>.

¹⁸¹ Dita, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

kalangan atas saja tetapi kalangan biasa seperti saya juga dapat membeli dan memakainya karena harganya yang murah.”¹⁸²

Sejalan dengan itu Asma berendapat bahwa: “motivasi saya yaitu pakaian yg di pakai para influencer dan artis-artis banyak yang hampir mirip dengan yang di jual disini.”¹⁸³

Sejalan dengan itu pendapat Dea: “motivasi saya yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup saya, karena pakaian kan salah satu kebutuhan primer.”¹⁸⁴

Berdasarkan hasil analisis diatas yang menjawab motivasi sebagai faktor ia membeli pakaian *thrifting* yaitu 6 informan dari 20 informan. Berdasarkan hal tersebut motivasi tidak terlalu dominan menjadi salah satu faktor pendorong konsumen membeli pakaian bekas di Pasar UcoK Kodok Padangsidempuan.

2) Fakor Eksternal

a) Merek/*brand*

Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya. Konsumen juga menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek. Maka dari itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk

¹⁸² Oktavia, Adit, dan Siska Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

¹⁸³ Asma, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁸⁴ Dea, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

menciptakan produk yang memiliki merek yang bercitra baik di masyarakat, serta mampu melindungi dan meningkatkan merek di pasar.

Hal ini sebagaimana pendapat Oktavia: “saya mempertimbangkan merek karena Saya sangat suka menggunakan pakaian *branded*.”¹⁸⁵ Sejalan dengan itu pendapat siska, adit, kiki dan bima: “saya mempertimbangkan merek karena ketika saya memakai pakaian *branded* maka akan menambah kepercayaan diri saya.”¹⁸⁶ Sejalan dengan itu pendapat asma, riri dan salsa: “karena jika kita memakai pakaian *branded* maka kita terlihat lebih berkelas dan *fashionable*.”¹⁸⁷

Sejalan dengan itu pendapat Riski, ismi, Ani:

“Ya, karena saya pikir pakaian dengan merek/*brand* terkenal memiliki kualitas yang bagus dan juga terlihat lebih menarik ketika di gunakan dan saya lebih nyaman menggunakan pakaian dengan *brand* terkenal walaupun harganya yang sedikit mahal.”¹⁸⁸

Berdasarkan hasil analisis diatas yang menjawab merek/*brand* sebagai faktor ia membeli pakaian *thrifting* yaitu 11 informan dari 20 informan. Berdasarkan hal tersebut merek/*brand*

¹⁸⁵ Oktavia, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹⁸⁶ Siska, Adit, Kiki dan Bima Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27-30 Juli 2023)

¹⁸⁷ Asma, Riri dan Salsa Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28 Juli 2023)

¹⁸⁸ Riski, Ismi dan Ani, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 28-30 Juli 2023)

tidak terlalu dominan menjadi salah satu faktor pendorong konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan.

b) Harga

Harga yang terjangkau akan memberikan persepsi kepada konsumen dalam mempertimbangkan, memilih, memakai, dan menggunakan barang atau jasa. Sebagaimana diungkapkan oleh Dita, Oktavia, Rahmi, Siska, Dea, bahwa: “saya sangat mempertimbangkan harga karena saya bisa mendapatkan baju dengan kualitas yang bagus dan model baju yang kekinian dengan harga yang murah.”¹⁸⁹

Sejalan dengan itu pendapat Adit, Riski, Reni, Kiki, Riri, Ismi, Ayu, bahwa: “saya mempertimbangkan harga makanya saya membeli pakaian *thrifting* ini karena kalau pakaian baru dengan kualitas bahan seperti pakaian *thrifting* ini pasti dijual dengan harga yang mahal.”¹⁹⁰

Sejalan dengan itu pendapat Nita, Caca, Juni dan Rina bahwa: “saya mempertimbangkan harga sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus, tahan lama, jahitannya yang rapi dan kokoh.”¹⁹¹

¹⁸⁹ Dita, Oktavia, Rahmi, Siska, Dea, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27 Juli 2023)

¹⁹⁰ Adit, Riski, Reni, Kiki, Riri, Ismi, Ayu, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 27-29 Juli 2023)

¹⁹¹ Nita, Caca, Juni dan Rina, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidimpuan: 29-30 Juli 2023)

Harga ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli pakaian bekas, biasanya melalui negosiasi produk yang diinginkan.¹⁹² Berdasarkan hasil analisis diatas yang menjawab harga sebagai faktor ia membeli pakaian *thrifting* yaitu 16 informan dari 20 informan. Berdasarkan hal tersebut merek/*brand* tidak terlalu dominan menjadi salah satu faktor pendorong konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucock Kodok Padangsidempuan.

c) Kualitas

Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu untuk memenuhi kebutuhan seseorang, dan dapat memberikan kepuasan tersendiri.

Sebagaimana diungkapkan oleh Rahmi, Riski, Dea, bahwa: “saya sangat mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini, karena kualitas yang bagus dari pakaian akan membuat pakaian tersebut terlihat mahal ketika di gunakan.”¹⁹³

Sejalan dengan itu pendapat Reni, Riri, Ismi, Ayu, bahwa: “karena kualitas yang bagus akan membuat pakaian tersebut lebih tahan lama di gunakan dan juga akan terlihat lebih mewah ketika di gunakan walaupun digunakan orang biasa seperti saya ini.”¹⁹⁴

¹⁹² Danang Kurniawan, “Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas,” *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* 2, no. 1 (2019). hlm. 94.

¹⁹³ Rahmi, Riski, Dea, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 27 Juli 2023)

¹⁹⁴ Reni, Riri, Ismi, Ayu, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28-29 Juli 2023)

Sejalan dengan itu pendapat Nita, Caca, Juni, Bima dan Ani, menjelaskan bahwa: “karena kualitas yang bagus dan jahitannya rapi menjadi alasan saya membeli pakaian *thrifting* disini.”¹⁹⁵

Berdasarkan hasil analisis diatas yang menjawab kualitas sebagai faktor ia membeli pakaian *thrifting* yaitu 13 informan dari 20 informan. Berdasarkan hal tersebut kualitas menjadi salah satu faktor yang paling dominan sebagai pendorong konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucock Kodok Padangsidempuan.

b. Transaksi Jual Beli Pakaian *Thrifting* di Pasar Ucock Kodok Padangsidempuan

Jual beli menurut terminologi yang didefinisikan oleh ulama fiqh yaitu kegiatan tukar menukar baik itu berupa barang dengan barang atau barang dengan uang yang melalui akad dan menghilangkan hak kepemilikan antara seseorang dengan orang lain sesuai dengan syara’.¹⁹⁶ Jual beli pakaian bekas di pasar Ucock Kodok dilakukan antara distributor dengan agen atau pembeli. Distributor dalam hal ini adalah pihak yang membeli barang dari pemasok pakaian impor langsung ke tempat, seperti Singapore, Korea, dan negara lain, sedangkan dari dalam Negeri seperti, Yogyakarta, Bandung, Medan bahkan Tanjung Balai.

¹⁹⁵ Nita, Caca, Juni, Bima dan Ani, Wawancara (Konsumen Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 29-30 Juli 2023)

¹⁹⁶ Emilianasari Putri Wicaksono, “Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor Pada Akun Instagram@ Hum2ndstuff,” *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, No. 02 (2021): Hlm.51.

1) Proses Pengambilan Barang

a) Distributor

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan pakaian bekas dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Distributor memegang peranan yang sangat penting, di mana distributor selaku tangan kedua mempunyai jangkauan wilayah yang luas di suatu daerah. Khususnya di kota Padangsidempuan, distributor mengirim barang dengan cara pesanan yang dipesan berdasarkan kode pesanan pembeli.

Menurut salah seorang pedagang pakaian di pasar Ukok Kodok yaitu bapak Syawaluddin Saya mengambil pakaian bekas ini dari Tanjung Balai kadang juga dari Meda karena disana ada teman yang juga menjual pakaian bekas.¹⁹⁷

Sedangkan menurut Ibu Nanny saya mendapatkan pakaian-pakaian bekas ini dari berbagai daerah tergantung dimana ada barang yang dikirim dari luar, tetapi saya lebih sering mendapatkan pakaian bekas ini dari Bandung, harganya pun cukup terjangkau jadi jika ada pakaian yang sudah tidak layak pakai saya tidak akan rugi karena bisa di target per pcs-nya berapa sehingga bisa menutupi pakaian rusak tersebut dan juga harga tidak memberatkan para pembeli.¹⁹⁸

¹⁹⁷ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

¹⁹⁸ Nanny (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

b) Penjualan

Penjualan adalah transaksi yang dilakukan antara dua orang atau lebih. Menurut Syawaluddin prosesnya, penjual memesan pakaian distributor melalui telepon terlebih dahulu dengan menggunakan kode tertentu. Setelah mendapatkan barang, penjual memilah-milah barang yang layak pakai dan tidak layak pakai. Barang yang tidak layak pakai, dijual kembali kepada tukang-tukang jahit untuk membuat pakaian atau yang lain sehingga dapat kembali. Cara para penjual pakaian bekas menjual pakaian bekas dengan cara eceran dan obralan.¹⁹⁹

Menurut Ibu Annisa kadang jika ada barang yang rusak saya jahit kembali sehingga bisa di jual kembali dan yang sudah tidak bisa diperbaiki ya bisa dijadikan lap.²⁰⁰

2) Strategi Penjualan Pakaian Bekas

Strategi yang bisa dilakukan penjual pakaian bekas tersebut langsung dicuci, agar nilainya lebih tinggi dan para pembeli lebih yakin dan tidak takut terkena penyakit karena pakaian sudah di cuci sebelum diperjual belikan ke konsumen. Menurut Ibu Nanny dan Annisa sebelum pakaian bekas tersebut di jual biasanya kami

¹⁹⁹ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

²⁰⁰ Annisa (Pedagang Pakaian *Thriftling*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

menyortir pakaian dulu, setelah di sortir pakaian akan dicuci dan di sertika jika pakaian tersebut terlalu kusut.²⁰¹

3) Pembeli Pakaian Bekas

Menurut Annisa pembeli pakaian bekas diminati oleh kalangan anak muda khususnya yang mengetahui merek-merek ternama di dunia. Selain menghemat keuangan, ia juga menggambarkan gaya berpakaian masa kini.²⁰² Sejalan dengan itu menurut Syawaluddin pembeli yang sering kesini banyak, seperti Bidan, Anak Kuliah, Bapak-bapak dan Ibu-ibu, bahkan bukan dari kalangan menengah saja kalangan atas juga sering kesini.²⁰³

Sedangkan Menurut Nanny Pengunjung/pembeli yang sering datang untuk membeli pakaian bekas kesini yaitu anak muda/remaja bahkan orang tua, merek yang sering mereka cari itu jenis merek Uniqlo, Zara, dan H&M.

4) Jenis Pakaian Bekas yang Dijual

Jenis Pakaian yang di jual sangat beragam Mulai dari pakaian, (Wanita, Pria, dan Anak-anak). Barang yang dijual masih sangat bagus dan masih layak dipakai, sehingga banyak para pengunjung yang berdatangan untuk melihat, memilih dan membeli pakaian bekas. Menurut Annisa Jenis Barang/ Pakaian bekas yang dijual beragam mulai dari Dress Atasan Wanita, Celana panjang dan celana pendek,

²⁰¹ Nanny dan Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

²⁰² Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

²⁰³ Syawaluddin (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

training, kemeja pria dan wanita, sweeter, jaket, hodie, baju anak-anak, jas, baju kaos panjang/pendek pria dan wanita.²⁰⁴

5) Harga Pakaian Bekas

Harga adalah aspek yang memiliki dampak besar bagi minat beli sebagian besar konsumen pada pakaian bekas. Mayoritas masyarakat cenderung membeli produk dengan harga yang relatif lebih rendah dengan merek yang sama dan kualitas yang bagus. Harga murah adalah salah satu upaya dalam memikat konsumen untuk melakukan pembelian, penetapan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan pesaing lain juga dapat mengalihkan perhatian konsumen. Namun, setiap produsen harus tetap memperhitungkan keuntungannya dari setiap penjualan, sehingga harga dan kualitas produk yang ditawarkan bisa berbanding lurus.

Dalam bisnis pakaian bekas, harga menjadi tolak ukur pertimbangan para pembeli karena konsumen bisa mendapatkan pakaian dengan brand ternama namun harganya masih terjangkau dikantong. Biasanya untuk kalangan menengah kebawah lebih memilih pakaian bekas menjadi solusi agar tetap stylish dan fashionable dengan harga yang cenderung lebih murah dibanding harga baju branded baru yang ditawarkan di toko.²⁰⁵

Harga per pasang pakaian bekas mulai dari Rp.5.000 sampai dengan Rp.50.000,- saja dan semua harga tergantung dari jenis

²⁰⁴ Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

²⁰⁵ Russanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas, *Jurnal Online Tata Busana* 10, no. 3" hlm. 66.

pakaian dan bahannya. “Harga kemeja dan atasan dewasa di jual mulai harga Rp.25.000 – Rp.40.000 bahkan untuk pakaian anak-anak bisa didapatkan dengan harga sekitar Rp.5.000 sampai dengan Rp.35.000,-. Sedangkan harga celana jeans dimuai dari harga Rp.40.000,- sampai dengan Rp.90.000,-.” Sedangkan harga dress anak-anak dijual mulai dengan harga Rp.25.000-40.000,- tergantung dari ukuran dress nya sedangkan rok anak-anak dijual mulai dari harga Rp.10.000 - 20.000,- dan harga baju atasan anak-anak dijual dengan harga Rp.15.000 - 25.000,- sedangkan harga dari celana panjang dan celana pendek anak di jual dengan harga Rp.10.000 – 20.000,- / pcs nya.²⁰⁶

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Faktor–Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting* di Pasar Ucok Kodok Kota Padangsidempuan.

Faktor Pendorong Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah suatu hal atau keadaan yang dapat mendorong atau meningkatkan kegiatan, usaha atau produksi.²⁰⁷ Minat konsumen adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin membeli barang tersebut dengan cara membayar atau

²⁰⁶ Syawaluddin, Nanny dan Annisa (Pedagang Pakaian *Thrifting*), Wawancara, (Padangsidempuan: 28 Juli 2023)

²⁰⁷ Depatemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat*.

menukar dengan uang. Minat konsumen memiliki peranan yang penting bagi keberhasilan suatu usaha. Begitu juga dengan pakaian bekas di pasar Ukok Kodok yang banyak diminati oleh konsumen.

Minat beli adalah ketertarikan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk (barang/jasa), yang dipengaruhi oleh sikap eksternal dan internal konsumen. Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk menarik atau memaksa perhatian terhadap sesuatu barang atau kegiatan dalam bidang tertentu. Keinginan untuk membeli muncul dari ketertarikan terhadap sesuatu yang diinginkan.²⁰⁸

Minat beli sebagai kekuatan pendorong atau sebagai motif yang bersifat *instriktik* yang mampu mendorong seseorang untuk menaruh perhatian secara spontan, wajar, mudah, tanpa paksaan dan selektif pada satu produk untuk kemudian mengambil keputusan membeli. Hal ini dimungkinkan oleh adanya kesesuaian dengan kepentingan individu yang bersangkutan serta memberi kesenangan, kepuasan pada dirinya. Jadi sangatlah jelas bahwa minat beli diartikan sebagai suatu sikap menyukai yang ditujukan dengan kecenderungan untuk selalu membeli yang disesuaikan dengan kesenangan dan kepentingannya. Minat beli yaitu tahapan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.²⁰⁹

Minat Konsumen dengan pakaian *thrifting* di pasar Ukok Kodok di latar belakang oleh beberapa pendapat. Berdasarkan hasil wawancara dapat

²⁰⁸ Riski Rosdiana, Iyus Akhmad Haris, dan Kadek Rai Suwena, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (2019), hlm. 321.

²⁰⁹ Syahputri dan Marliyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping Di Kalangan Mahasiswa UINSU," hlm. 286.

diketahui bahwa beberapa konsumen membeli pakaian bekas di Pasar UcoK Kodok didorong oleh beberapa faktor yaitu, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi gaya hidup dan motivasi sedangkan faktor eksternal meliputi merek/*brand*, harga dan kualitas. Sedangkan faktor yang paling mendorong terhadap minat konsumen yaitu faktor internal meliputi gaya hidup dan faktor eksternal meliputi harga, dan kualitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Liyuliana Rambe, yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap baju bekas adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi gaya hidup dan motivasi. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi minat konsumen membeli baju bekas yaitu faktor merek/*brand*, harga, dan kualitas. Faktor internal yang dominan mempengaruhi minat konsumen membeli baju bekas yaitu gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal yang dominan yaitu merek/*brand*, harga dan kualitas.

2. Jual Beli Pakaian *Thrifting* di Pasar UcoK Kodok Kota Padangsidimpuan dalam Perspektif Islam

Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”. Kata jual menunjukkan adanya perbuatan menjual sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.²¹⁰

Hukum transaksi jual beli didasarkan pada metode *Maslahah Mursalah*, yaitu mencari hukum atas sesuatu yang tidak ada ketentuannya dalam Al-Qur'an atau kitab-kitab atau Al-Hadits dan didasarkan pada

²¹⁰ Pasaribu dan K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), hlm. 33.

kepentingan masyarakat atau kepentingan umum “Pertama, asas kerelaan dari semua pihak yang terkait yang sesuai dengan surat An-nisa ayat 29 dari sini “suka sama suka” mengandung pengertian sukarela, tanpa adanya paksaan atau tekanan”. “Kedua, larangan tersebut merupakan penipuan dan pemalsuan, yaitu penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan fakta tersebut, atau berupa perlindungan konsumen melalui pembuatan produk asli, tetapi dipalsukan.” Ketiga, tidak melanggar prosedur, sistem, norma dan praktek bisnis. Tentunya tradisi bisnis ini tidak bertentangan dengan prinsip syariah seperti riba dan spekulasi. Hal ini berdasarkan kaidah fikih yang artinya, “tradisi yang berlaku dikalangan pebisnis diakui sebagai komitmen lazim yang mengikat”.²¹¹

Al-Quran banyak menjelaskan tentang muamalah (jual beli) karena syarat dan rukunnya jual beli dianggap sah. Seperti yang dijelaskan oleh Muhammad Daud Ali tentang prinsip Mu'amalah, yaitu: prinsip kerelaan, prinsip bermanfaat, prinsip tolong menolong dan prinsip larangan.²¹² Sebelum melakukan transaksi jual beli terlebih dahulu kita harus mengetahui apa saja rukun dan syarat jual beli dalam perspektif islam. Jika rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi maka jual beli tersebut bisa batal. Adapun rukun jual beli ada tiga, yaitu:

- a. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
- b. Objek transaksi, yaitu barang.

²¹¹ Fadilatul Munawarah, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Pakaian Bekas (Thrift Shop) Pada Media Sosial Instagram”. *At- Tasarruf: Jurnal kajian ekonomi dan bisnis*, no 2 (2020), hlm. 4.

²¹² Kumiawan, “Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas,” hlm. 90-94.

- c. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

Menurut hasil observasi peneliti di pasar ucok kodok yaitu:

- a. Pelaku transaksi yang terdapat di pasar Ucok Kodok yaitu konsumen dan pedagang pakaian bekas.
- b. Objek transaksi dalam hal ini yaitu pakaian bekas (*thrifting*) yang berada di asar Ucok Kodok.
- c. Akad (transaksi) dalam hal ini yaitu dimana ketika konsumen dan pedagang telah sepakat mengenai harga dari pakaian bekas tersebut maka konsumen akan memberikan uang tunai kepada pedagang pakaian bekas tersebut.

Dalam hal ini transaksi di pasar ucok kodok telah memenuhi rukun jual beli sesuai dengan perspektif islam dan tidak ada yang melanggar rukun jual beli.

Suatu jual beli tidak sah apabila tidak terpenuhi syaratnya dalam suatu akad. Adapun tujuh syarat jual beli, yaitu:

- a. Saling rela antara kedua pihak. Kerelaan antara kedua belah pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya, berdasarkan firman Allah dalam QS. an-Nisa'/4: 29, dan Hadits Nabi Riwayat Ibnu Majah: "Jual beli haruslah atas dasar kerelaan (suka sama suka)."
- b. Pelaku akad adalah orang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad dilakukan oleh anak dibawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizin walinya, kecuali

akad yang bernilai rendah seperti membeli kembang gula, korek api, dan lain-lain. Hal ini berdasarkan firman Allah QS. an-Nisa'/4: 5 dan 6.

- c. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya.
- d. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka, tidak boleh menjual barang haram seperti khamar (minuman keras) dan lain-lain.
- e. Objek transaksi adalah barang yang biasa di serah terimakan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung di angkasa karena tidak dapat diserahkan.
- f. Objek jual beli diketahui oleh kedua pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang tersebut dan/atau spesifikasi barang tersebut.
- g. Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli di mana penjual mengatakan: "Aku jual mobil kepadamu dengan harga yang akan kita sepakati nantinya."²¹³

Menurut hasil observasi peneliti di pasar ucok kodok yaitu:

- a. Kedua belah pihak yaitu konsumen dan pedagang pakaian bekas telah sama-sama rela ketika melakukan transaksi dimana sebelum membeli pakaian bekas tersebut konsumen bebas memilih pakaian seperti apa yang ingin ia beli dan juga ia boleh langsung mencoba pakaian tersebut. Ketika konsumen sudah cocok dengan pakaian tersebut maka pedagang dan konsumen akan

²¹³ Darwis Harahap, Arbanur Rasyid, dan Idris Saleh, *Fiqih Muamalah 1* (Medan: CV.Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 37-39.

menyepakati harga dari pakaian tersebut dan tidak ada paksaan di dalamnya.

- b. Pelaku akad dalam hal ini yaitu pedagang pakaian bekas adalah orang dewasa dan konsumennya rata-rata kalangan remaja, dewasa, bahkan orang tua. Dimana sudah dipastikan mereka tidak dibawah umur, waras, dan tidak idiot.
- c. Pakaian bekas yang di jual oleh pedagang adalah miliknya sendiri terbukti melalui wawancara kepada pedagang.
- d. Objek transaksi dalam hal ini adalah pakaian bekas, dimana pakaian bekas ini tidak aram untuk dijual dalam islam.
- e. Objek transaksi adalah barang yang bisa di serah terimakan. Pada hal ini pakaian bekas tersebut dapat diserah terimakan kepada konsumen karena barangnya ada.
- f. Objek jual beli diketahui oleh kedua pihak saat akad. Pada hal ini konsumen di perbolehkan untuk memili dan mencek pakaian yang hendak di belinya bahkan konsumen dapat mencoba nya sebelum membelinya.
- g. Harga harus jelas saat transaksi. Pada hal ini harga dari pakaian bekas tersebut dapat disepakati oleh pedagang dan konsumen. Biasanya harga produk di sesuaikan dengan kualitas produk dan merek produk.

Dalam hal ini transaksi di pasar ucok kodok telah memenuhi syarat jual beli sesuai dengan perspektif islam dan tidak ada yang melanggar rukun jual beli.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jual beli pakaian *Thrifting* (bekas) adalah praktik yang tidak dilarang dalam Islam karena menguntungkan penjual dan pembeli serta tidak merugikan siapa pun dan juga pedagang dapat memperbaiki kondisi perekonomian mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi Rohani yang menyatakan bahwa dari segi pelaksanaan jual beli ini dalam Islam dibolehkan karena dengan berjualan pakaian bekas pedagang dapat memperbaiki kondisi perekonomian mereka. Jual beli yang dilakukan juga sudah sesuai dengan syarat dan rukun jual beli dalam Islam.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilakukan sesuai dengan langkah – langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan – keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain variabel Gaya Hidup, Motivasi, merek/*brand*, Harga dan Kualitas ada variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini yang mendorong minat konsumen membeli pakaian *thrifting*.
2. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
3. Ketika melakukan wawancara peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti sehingga mempengaruhi hasil penelitian.

Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna maupun hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Faktor-faktor yang mendorong minat konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi Gaya hidup dan Motivasi, sedangkan faktor eksternal yang mendorong minat konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok yaitu faktor, merek/*brand*, harga, dan kualitas. Dari beberapa faktor tersebut, faktor yang paling dominan yang menjadi faktor pendorong minat konsumen untuk membeli pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok yaitu faktor internal meliputi gaya hidup dan faktor eksternal meliputi merek/*brand*, harga dan kualitas hal ini di buktikan dengan wawancara yang di lakukan kepada 20 informan, dimana 11 informan memilih faktor gaya hidup sebagai pendorong minat beli mereka, 11 informan memilih faktor merek/*brand* sebagai pendorong minat beli mereka, dimana 16 informan memilih faktor harga sebagai pendorong minat beli mereka, dan 13 informan memilih faktor kualitas sebagai pendorong minat beli mereka. Jadi faktor yang paling mendorong secara dominan terhadap minat beli konsumen pakaian *thrifting* di pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan yaitu faktor gaya hidup, merek/*brand*, harga dan kualitas.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, jual beli pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok diperbolehkan karena tidak adanya unsur yang merugikan salah satu pihak dan juga sudah sesuai dengan perspektif Islam karena mereka telah melangsungkan akad sesuai dengan ketentuan rukun dan syarat jual beli (telah terpenuhi) dan saling ridho antara penjual dan pembeli. Kemudian syarat-syarat dalam melakukan praktik jual beli dalam Islam juga telah diterapkan dalam kegiatannya, seperti orang yang melakukan transaksi jual beli harus baligh/dewasa dan berakal/bukan orang gila, tidak ada unsur paksaan dalam melakukan kegiatan jual beli pakaian bekas.

B. Saran

Sebelum mengakhiri tulisan ini tak luput peneliti menyampaikan beberapa saran yang dirasakan berguna dan bermanfaat sebagai masukan kepada pedagang maupun pembeli pakaian bekas, adapun saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang pakaian bekas di Pasar Ucok Kodok, agar tetap menjaga kualitas produk yang dijual dan harus dapat berlaku jujur, harus transparan mengenai barang yang dijual.
2. Bagi Konsumen, dalam melakukan pengambilan keputusan harus dengan pertimbangan yang matang, agar tidak hanya mempertimbangkan harga yang murah saja dalam praktik jual beli, tetapi membeli barang sesuai dengan kegunaan dan manfaat, serta disesuaikan dengan kebutuhan saja. Kemudian untuk konsumen agar mencuci dahulu pakaian yang dibeli agar tidak terkena penyakit bawaan pakaian tersebut.

3. Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat dan tertarik terhadap judul atau permasalahan yang hampir sama atau sejenis, dapat memaparkan laporan penelitian ini sebagai bahan rujukan kajian bagi penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Praktis*. Jakarta: Kencana Media Group, 2014.
- Abdussamad, Zuchri. "Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan I," Hlm. 149-150. Makasar: Cv. Syakir Media Press, 2021.
- Alfan, Ahmad, Ahmad Taufiq Wahyudi, And Tri Bimo Soewarno. *Fikih, Cet-1*. Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia, 2014.
- "Al-Qur'an Kemenag." Accessed January 20, 2024. <https://Quran.Kemenag.Go.Id/Quran/Per-Ayat/Surah/4?From=1&To=176>.
- Anggito, Albi, And Johan Setiawan. "Metodologi Penelitian Kualitatif." Jawa Barat: Cv. Jejak, 2018.
- Awalia, Nur. "Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)." Phd Thesis, Iain Parepare, 2019.
- Ayyah, Hanafiah Ramadhani Alfatikhah Nur, And Rochiyati Murniningsih. "Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia." In *Ummagelang Conference Series*, 537-46, 2021. <https://Journal.Unimma.Ac.Id/Index.Php/Conference/Article/View/5945>.
- "Bea Cukai: Pakaian Bekas Impor Ilegal Berpotensi Menyebarkan Corona - Antara News Sumatera Utara." Accessed March 14, 2023. <https://Sumut.AntaraneWS.Com/Berita/288962/Bea-Cukai-Pakaian-Bekas-Impor-Ilegal-Berpotensi-Menyebarkan-Corona>.
- Darmadi, And Hamid. "Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial," Hlm. 31. Jawa Barat: Alfabeta, 2015.
- Depatemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Dewi, Ni Made Indah Krisna, Ida Ayu Putu Widiati, And I. Nyoman Utama. "Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar." *Jurnal Interpretasi Hukum* 1, No. 1 (2020): 216-21.
- Edwin Nasution, Mustafa. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.

- Harahap, Darwis, Arbanur Rasyid, And Idris Saleh. *Fiqih Muamalah 1*. Medan: Cv.Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Insa. "Konsep Kebutuhan Dalam Ekonomi Islam." Blog Insa, [Http://Insa24.Blogspot.Co.Id/2014/12/Konsep-Kebutuhab-Dalam-Islam.Html?M=1](http://Insa24.Blogspot.Co.Id/2014/12/Konsep-Kebutuhab-Dalam-Islam.Html?M=1). Accessed August 8, 2023. <https://Www.Alsofwah.Or.Id/Cetakfatwa.Php?Id=894>.
- Keller, Kotler. *Manajemen Pemasaran Edisi 2, Terj. Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2015.
- Kurniadi, Moch Rizky Prasetya. "Arti Faktor Pendorong Di Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi)." Kbbi, January 13, 2023. <https://Kbbi.Lektur.Id/Faktor-Pendorong>.
- Kurniawan, Danang. "Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas." *Tawazun: Journal Of Sharia Economic Law* 2, No. 1 (2019): 87–96.
- Lubis, Anggi M. "Dua Sisi Mata Pisau Larangan Impor Baju Bekas, Saatnya Kembangkan _Brand_ Lokal." *The Conversation*, August 19, 2022. [Http://Theconversation.Com/Dua-Sisi-Mata-Pisau-Larangan-Impor-Baju-Bekas-Saatnya-Kembangkan-Brand-Lokal-189068](http://Theconversation.Com/Dua-Sisi-Mata-Pisau-Larangan-Impor-Baju-Bekas-Saatnya-Kembangkan-Brand-Lokal-189068).
- Mulyan, Andi, And Akhmad Muzakkir. "Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram." *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 5, No. 3 (2021).
- Nurdin, Naszirah, And Syamsul Riyadi. "Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Cakar) Di Kota Makassar." *Jurnal Sinar Manajemen* 9, No. 1 (2022): 136–41.
- "Pasar Cok Kodok." Accessed July 19, 2023. https://Nicelocal.Id/Padang-Sidempuan/Shops/Pasar_Cok_Kodok/.
- Pasaribu, Chairuman, And Suhrawardi K. Lubis. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Rorong, Gitania A., Lucky F. Tamengkel, And Danny Ds Mukuan. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan." *Productivity* 2, No. 3 (2021): 228–33.

- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, And Kadek Rai Suwena. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, No. 1 (2019): 318–30.
- Russanti, Irma. "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas." *Jurnal Online Tata Busana* 10, No. 3 (2021): 62–68.
- Samiaji, Saroso. "Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar," Hlm. 20-22. Jakarta: Pt. Index, 2012.
- Septifani, Riska, Fuad Achmadi, And Imam Santoso. "Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Teknologi* 13, No. 2 (2014): 201–18.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty, And Wahyono Wahyono. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online." *Management Analysis Journal* 5, No. 4 (2016).
- Soeroso, R. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2019.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," Hlm. 36-38. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syahputri, Nur Mustika, And Marliyah Marliyah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping Di Kalangan Mahasiswa Uinsu." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 6, No. 1 (2023): 282–96. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.922>.
- "Tafsir Al Mishbah - Google Drive." Accessed November 20, 2023. <https://drive.google.com/drive/folders/1-624kr-M-3gfzclh4xyc4ecx2i9mljce>.
- Umardani, Mohamad Kharis. "Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam (Al Qur'an-Hadist) Secara Tidak Tunaï" 4, No. 1 (2020).
- Wicaksono, Emilianasari Putri. "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor Pada Akun Instagram@ Hum2ndstuff." *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, No. 02 (2021): 49–63.
- Wijaya, Robi, And Andung Jati Nugroho. "Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, No. 11 (2022): 2953–62.

**PEDOMAN WAWANCARA
DENGAN PEMBELI**

Nama : Pilda Sabrina
Nim : 1940200010
Judul Penelitian : “Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*”

Daftar Pertanyaan :

- a. Apakah anda membeli pakaian bekas (*Thrifting*) ini karena faktor gaya hidup?
- b. Apa motivasi anda sebelum membeli pakaian bekas (*Thrifting*) tersebut?
- c. Apakah anda mempertimbangkan merek sebelum membeli pakaian bekas?
- d. Apakah anda mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas (*Thrifting*)?
- e. Apakah anda mempertimbangkan harga sebelum membeli pakaian bekas (*Thrifting*)?

HASIL WAWANCARA DENGAN PEMBELI

Nama : Pilda Sabrina
Nim : 1940200010
Judul Penelitian : “Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*”

Hasilnya :

1. Dita: Ya, saya membeli pakaian bekas ini karena faktor gaya hidup, karena pakaian bekas jauh lebih murah harganya, walaupun harganya murah tetapi kualitas dan modelnya selalu kekinian.

Oktavia: Ya, karena dengan harga yang murah sudah dapat membeli pakaian branded, saya sangat suka menggunakan pakaian branded.

Rahmi: Ya, karena pakaian disini kualitas nya sangat bagus dan juga modelnya unik-unik jarang sama dengan orang lain.

Siska : Tentu saja, karena pakaian disini banyak brand luar negeri dan ketika saya memakainya orang mengira saya memakai baju yang mahal.

Dea: Terkadang, karena terkadang saya membeli pakaian bekas ini hanya karena saya menyukai warna nya dan ukurannya pas dengan saya

Adit: Ya, karena saya sangat menyukai barang branded dan ketika saya memakainya akan menambah rasa percaya diri saya.

Riski: Ya, karena menurut saya pakaian disini kualitas nya bagus dan sesuai dengan gaya hidup saya.

Asma: Ya, selain harganya yang murah pakaian disini juga menyesuaikan dengan yang pakaian yang sering di gunakan *influencer*.

Reni: Tidak, saya membeli pakaian di sini karena untuk memenuhi kebutuhan saja dan juga kualitas pakaian yang bagus.

Kiki: Ya, karena saya menyukai model baju yang unik-unik dan tidak pasaran.

Riri: Ya, karena gaya hidup menurut saya sangat penting karena banyak orang menilai kita dari penampilan.

Ismi: Tidak, saya membeli pakaian disini karena kualitas pakaian nya yang bagus dan harganya yang murah.

Ayu: Tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena saya sangat mudah bosan dan saya suka berganti-ganti pakaian, dengan harga yang murah membuat saya jadi tertarik membeli pakaian bekas ini.

Nita: Tidak, karena terkadang pakaian dengan brand terkenal agak sedikit mahal menurut saya dan saya lebih memilih pakaian dengan brand biasa saja agar harganya sesuai dengan *budget* saya.

Caca: Tidak, saya membeli pakaian bekas ini hanya karena kualitas pakaiannya yang bagus dan harganya yang murah.

Juni: Tidak, saya membeli pakaian bekas ini hanya karena saya nyaman memakainya dan harganya yg murah

Salsa: Tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena model bajunya yang unik dan jarang sama dengan orang lain.

Rina: Tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena kualitas bajunya yang bagus dan ketika sudah lama di pakai pun tetap bagus dan jahitannya tidak mudah sobek.

Bima: Ya, karena pakaian dengan *brand* terkenal itu dapat membuat saya lebih percaya diri ketika menggunakannya.

Ani : Ya, karena saya sangat menyukai pakaian dengan model yang unik – unik dan juga dengan merek yang terkenal karena sesuai dengan gaya hidup saya.

2. Dita: motivasi saya menggunakan pakaian *thriftng* ini yaitu kita tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk mengikuti trend fashion.

Oktavia: motivasi saya yaitu pakaian *branded* tidak hanya bisa di pakai oleh kalangan atas saja tetapi kalangan biasa seperti saya juga dapat membeli dan memakainya.

Rahmi: motivasi saya yaitu pakaian disini kualitas nya terbilang bagus dan model nya unik - unik jadi buat saya ingin berbelanja disini terus.

Siska : motivasi saya yaitu karena disini banyak pakaian *branded*.

Dea: motivasi saya yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup saya, karena pakaian kan salah satu kebutuhan primer.

Adit: motivasi saya karena saya menyukai pakaian branded, dengan harga yg tidak terlalu mahal saya sudah bisa membeli pakaian branded yang saya ingin kan

Riski: motivasi saya yaitu karena disini pakaian nya murah tapi kualitas nya bagus dan juga modelnya selalu kekinian

Asma: motivasi saya yaitu pakaian yg di pakai para influencer dan artis-artis banyak yang hampir mirip dengan yang di jual disini.

Reni: motivasi saya karna harga nya yang murah dan kualitas pakaian nya yg bagus dan juga warna nya tidak mudah luntur.

Kiki: motivasi saya yaitu pakaian disini model baju nya unik-unik, tidak pasaran, dan juga modelnya selalu kekinian.

Riri: motivasi saya yaitu karena pakaian disini yang kekinian dan dapat membuat saya terlihat fashionable dengan modal yang minim.

Ismi: motivasi saya karena harganya murah dan kualitasnya bagus.

Ayu: motivasi saya yaitu karena harganya murah dan selalu kekinian.

Nita: motivasi saya yaitu harganya yang sesuai dengan *budget* saya.

Caca: motivasi saya yaitu kualitas pakaian yang bagus dan harga pakaian yang murah.

Juni: motivasi saya yaitu karena pakaian disini kualitas nya bagus sehingga saya nyaman memakainya dan juga di jual dengan harga yang murah.

Salsa: motivasi saya yaitu karena baju disini unik-unik model nya jadi jarang samanya dengan orang lain.

Rina: motivasi saya yaitu kualitas pakaian disini lumayan bagus walaupun sudah di pakai bertahun-tahun tetapi warna nya tidak luntur dan jahitannya kuat.

Bima: Motivasi saya yaitu merek/*brand* pakaian tersebut harus terkenal.

Ani: motivasi saya yaitu, model dari pakaian tersebut dan juga *brand* dari pakaian tersebut harus dari luar negeri

3. Dita: saya tidak terlalu mempertimbangkan merek sebelum membeli pakaian bekas ini karena yang terpenting bagi saya harganya murah dan modelnya kekinian.

Oktavia: ya, saya mempertimbangkan merek karena Saya sangat suka menggunakan pakaian branded.

Rahmi: saya tidak terlalu mempertimbangkan merek karena bagi saya yang terpenting adalah kualitas yang bagus dan juga model yang unik yang tidak sama dengan orang lain.

Siska: saya mempertimbangkan merek karena ketika saya memakai pakaian branded maka akan menambah kepercayaan diri saya.

Dea: saya tidak terlalu mempertimbangkan merek yang terpenting bagi saya yaitu saya nyaman ketika memakainya.

Adit: tentu saja saya mempertimbangkan merek karena saya akan membeli pakaian bekas ini jika saya menemukan pakaian dengan brand luar negeri yang terkenal dan ketika saya memakai pakaian *branded* tersebut akan membuat saya lebih percaya diri.

Riski: Ya, karena saya pikir pakaian dengan merek/*brand* terkenal memiliki kualitas yang bagus dan juga terlihat lebih menarik ketika di gunakan.

Asma: Ya, karena pakaian *branded* lebih terlihat *fashionabel* ketika digunakan.

Reni: tidak, karena yang terpenting bagi kualitas pakaian yang bagus, tebal, jahitan rapi warna nya tidak norak dan harga nya murah.

Kiki: Ya, karena pakaian *branded* tersebut dapat menambah percaya diri saya ketika menggunakannya.

Riri: ya, karena jika kita memakai pakaian branded maka kita terlihat lebih berkelas dan *fashionable*.

Ismi: Ya, saya mempertimbangkan merek/*brand* sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena saya lebih nyaman menggunakan pakaian dengan *brand* terkenal walaupun harganya yang sedikit mahal.

Ayu: terkadang, karena saya lebih memilih pakaian dengan harga yang murah dan kualitas yang bagus.

Nita: tidak, karena saya lebih memilih pakaian dengan kualitas yang bagus, jahitannya rapi, dan dijual dengan harga yang murah.

Caca: tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena kualitas bahannya yg bagus dan tebal dan juga harganya yang murah.

Juni: tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena saya nyaman memakainya dan juga dijual dengan harga yang murah.

Salsa: Ya, karena pakaian *branded* pasti memiliki keunikan masing-masing dengan model yang kekinian.

Rina: tidak, saya membeli pakaian bekas ini karena kualitas bajunya yang bagus dan ketika sudah lama di pakai pun tetap bagus dan jahitannya tidak mudah sobek.

Bima: Ya, saya mempertimbangkan merek/*brand* karena saya sangat suka menggunakan pakaian dengan *brand* terkenal dan juga lebih menambah percaya diri saya ketika menggunakannya.

Ani: Ya, saya selalu mempertimbangkan merek sebelum membeli pakaian *thrifting* ini karena pakaian dengan merek yang terkenal menurut saya walaupun harganya lumayan mahal, tetapi modelnya unik-unik dan juga jarang di jumpai di toko-toko pakaian.

4. Dita: ya, saya sangat mempertimbangkan harga karena saya bisa mendapatkan baju dengan kualitas yang bagus dan model baju yang kekinian dengan harga yang murah.

Oktavia: ya, saya sangat mempertimbangkan harga karena harga dari pakaian bekas ini jauh lebih murah dibanding dengan pakaian yang baru dengan brand yang sama.

Rahmi: iya, saya mempertimbangkan harga karena dengan mengeluarkan uang yang sedikit kita udah bisa mendapatkan baju dengan model yang kita mau

Siska : ya, saya mempertimbangkan harga karena tidak perlu menguras kantong untuk dapat memakai baju dengan kualitas yang bagus.

Dea: ya, saya mempertimbangkan harga karena jika pakaian di jual dengan harga yang murah akan menjadi daya tarik bagi orang lain termasuk saya.

Adit: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian *branded*.

Riski: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan harga yang murah saya sudah mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus dan juga model yang kekinian.

Asma: terkadang, karena terkadang pakaian yang di pakai *influencer* di jual dengan harga yang sedikit mahal tetapi tidak semahal pakaian yang di jual di toko ataupun di pasar dan jika saya nyaman dan suka saya akan membeli nya.

Reni: tentu saja, menurut saya kita tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk membeli baju dengan kualitas yang bagus.

Kiki: ya, dengan harga yang lumayan murah kita sudah bisa mendapatkan pakaian dengan model yang unik-unik, kualitas bagus, dan juga kita jadi bisa mengikuti trend fashion.

Riri: ya, karena walaupun dengan harga yang murah tetapi jika kita bisa memakainya dengan mengikuti trend fashion maka kita akan terlihat stylish ketika memakainya.

Ismi: ya, karena kualitas yang bagus dan harga yang murah menjadikan saya sering membeli pakaian bekas ini.

Ayu: ya, saya mempertimbangkan harga karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus dan juga model yang kekinian.

Nita: ya, saya mempertimbangkan harga karena saya tidak terlalu suka membeli pakaian dengan harga yang mahal.

Caca: ya, saya mempertimbangkan harga makanya saya membeli pakaian bekas ini karena kalau pakaian baru dengan kualitas bahan seperti pakaian bekas ini pasti dijual dengan harga yang mahal.

Juni: ya, saya membeli pakaian bekas ini karena harga yang murah dengan kualitas bagus dan juga saya nyaman memakainya.

Salsa: terkadang, karena ketika saya nyaman menggunakan pakaian yang saya pilih dan modelnya sesuai dengan yang saya inginkan maka saya akan membelinya.

Rina: ya, saya mempertimbangkan harga sebelum membeli pakaian bekas ini karena dengan harga yang murah saya sudah bisa mendapatkan pakaian dengan kualitas yang bagus, tahan lama, jahitannya yang rapi dan kokoh.

Bima: terkadang saya mempertimbangkan harga karena saya sangat menyukai pakaian *branded* dan saya tahu jika pakaian *branded* itu jarang sekali dijual murah tetapi harga di pasar ini jauh lebih murah dibandingkan dengan pakaian yang masih baru.

Ani: terkadang, bagi saya harga tidak masalah jika saya sudah menyukai brand tersebut dan juga modelnya cocok dengan gaya hidup saya.

5. Dita: ya, saya sangat mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini, karena kualitas yang bagus dari pakaian akan membuat pakaian tersebut terlihat mahal ketika digunakan.

Oktavia: terkadang, saya lebih mempertimbangkan merek dari pakaian *branded* tersebut.

Rahmi: ya, saya mempertimbangkan kualitas pakaian sebelum membelinya karena kualitas yang bagus akan membuat saya puas ketika membeli pakaian bekas ini.

Siska: terkadang, karena menurut saya merek lebih penting daripada kualitas pakaian tersebut karena saya sangat suka memakai pakaian *branded*.

Dea: tentu saja, kualitas pakaian sangat saya pertimbangkan sebelum membeli pakaian bekas ini, karena jika kualitas pakaian nya bagus maka pakaian tersebut akan tahan lama untuk dipakai dan disimpan.

Adit: terkadang, karena saya lebih mempertimbangkan merek daripada kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini.

Riski: ya saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini karena kualitas yang bagus akan membuat saya merasa puas ketika memakai pakaian tersebut.

Asma: terkadang, karena tidak semua bahan pakaian yang sedang trend menggunakan bahan yang tebal terkadang pakaian yang trend menggunakan bahan yang agak tipis dan menerawang tetapi jahitannya tetap rapi dan tidak mudah sobek.

Reni: tentu saja, karena kualitas yang bagus akan membuat pakaian tersebut lebih tahan lama di gunakan dan juga akan terlihat lebih mewah ketika di gunakan walaupun digunakan orang biasa seperti saya ini.

Kiki: terkadang, karena saya lebih mengutamakan model baju yang unik-unik, kebanyakan baju dengan model yang unik-unik bahannya sedikit lecin dan juga agak tipis tetapi tidak menerawang.

Riri: ya, karena menurut saya pakaian *brended* itu kualitas nya bagus-bagus.

Ismi: ya, saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini, karena saya lebih menyukai pakaian dengan kualitas dan juga tahan lama.

Ayu: ya, saya mempertimbangkan kualitas sebelum membeli pakaian bekas ini karena kualitas yang bagus dan harga yang murah membuat saya tertarik membeli pakaian bekas ini.

Nita: ya, karena kualitas yang bagus dan jahitannya rapi menjadi alasan saya membeli pakaian bekas disini.

Caca: ya, kualitas yang bagus sangat menjadi pertimbangan saya sebelum membeli pakaian bekas ini.

Juni: ya, karena kualitas yang bagus membuat saya nyaman menggunakan pakaian bekas ini.

Salsa: terkadang, karena saya memilih pakaian bekas ini selain harganya yg murah dan juga modelnya yg unik-unik.

Rina: tentu saja kualitas pakaian menjadi yang sangat saya pertimbangkan sebelum membeli pakaian bekas ini karena pakaian bekas ini tidak semua memiliki kualitas yang bagus jadi kita harus pandai-pandai memilih nya.

Bima: ya, saya membeli pakaian bekas ini mempertimbangkan kualitas karena kualitas yang bagus akan tahan lama ketika di gunakan.

Ani: ya, saya mempertimbangkan kualitas pakaian karena kualitas yang bagus menjadikan daya tarik pakaian bekas ini untuk saya beli

**PEDOMAN WAWANCARA
DENGAN PENJUAL**

Nama : Pilda Sabrina
Nim : 1940200010
Judul Penelitian : “Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*”

Daftar Pertanyaan:

1. Sudah berapa lama bapak / ibu berjualan pakaian bekas ini?
2. Darimana bapak / ibu mendapatkan barang / produk pakaian bekas (*Thrifting*) tersebut?
3. Bagaimana proses untuk mendapatkan pakaian bekas ini?
4. Apa yang bapak / ibu lakukan setelah mendapatkan barang yang ingin di jual?
5. Strategi apa yang dilakukan bapak / ibu sebelum menjual pakaian bekas ini?
6. Siapa saja yang berminat / tertarik dengan pakaian bekas ini?
7. Apa saja jenis pakaian yang sering di jual oleh bapak / ibu?
8. Bagaimana bapak / ibu menentukan harga dari pakaian bekas tersebut?
9. Apakah pakaian bekas yang bapak / ibu jual ini milik sendiri?

HASIL WAWANCARA DENGAN PENJUAL

Nama : Pilda Sabrina
Nim : 1940200010
Judul Penelitian : “Faktor – Faktor Pendorong Minat Konsumen Membeli Pakaian *Thrifting*”

Hasilnya:

1. Syawaluddin: “Saya berjualan pakaian bekas ini sudah sangat lama, awalnya yang berjualan pakaian bekas ini itu ibu saya, kemudian saya tertarik untuk ikut berjualan pakaian bekas ini kira-kira sudah 10 tahun lebih.”
Nanny: “Saya berjualan pakaian bekas ini kira-kira sudah 7 tahun.”
Annisa : “Saya berjualan pakaian bekas ini kira-kira 4 tahun.”
2. Syawaluddin: “Saya mendapatkan pakaian bekas ini dari Tanjung Balai kadang juga dari Medan karena disana ada teman yang juga menjual pakaian bekas.”
Nanny: “saya mendapatkan pakaian-pakaian bekas ini dari berbagai daerah tergantung dimana ada barang yang dikirim dari luar, tetapi saya lebih sering mendapatkan pakaian bekas ini dari Bandung, harganya pun cukup terjangkau jadi jika ada pakaian yang sudah tidak layak pakai saya tidak akan rugi karena bisa di target per pcs-nya berapa sehingga bisa menutupi pakaian rusak tersebut dan juga harga tidak memberatkan para pembeli.”
Annisa: “Saya mendapatkan pakaian bekas ini di kirim dari batam karena di sana ada banyak penjual pakaian bekas, saya juga ada teman di sana kerjanya menjual pakain bekas ini dalam bentuk bal tidak per pcs dan harga nya juga terjangkau jadi saya bisa menjual nya dan mendapatkan untung.”
3. Syawaluddin: “Prosesnya, saya memesan pakaian ke distributor melalui telepon terlebih dahulu dengan menggunakan kode tertentu kemudian mencocokkan harga, jika sudah sepakat saya akan mentansfer uang nya kepada distributor kemudian barang pun akan di kirim.”

Nanny: “Kalau saya prosesnya, saya langsung datang ke tempat penjualnya kemudian mereka nanti akan ngasi beberapa kode yang ingin kita beli terus kita nanti tinggal pilih pakaian bagaimana yang mau kita jual setelah itu baru proses tawar menawar, setelah sepakat baru bal yang tela kita pilih akan di kirim ke alamat kita.”

Annisa: “ Kalau saya proses nya biasanya saya langsung menghubungi distributornya melalui telepon dengan menggunakan kode tertentu kemudian melakukan tawar-menawar saya jika sudah sepakat saya tinggal menunggu barang nya datang.

4. Syawaluddin: “Setelah mendapatkan barang, penjual memilah-milah barang yang layak pakai dan tidak layak pakai. Barang yang tidak layak pakai, dijual kembali kepada tukang-tukang jahit untuk membuat pakaian atau yang lain sehingga dapat kembali. Cara para penjual pakaian bekas menjual pakaian bekas dengan cara eceran dan obralan.”

Annisa: “kadang jika ada barang yang rusak saya jahit kembali sehingga bisa di jual kembali dan yang sudah tidak bisa diperbaiki ya bisa dijadikan lap.”

Nanny: “saya akan mengasingkan pakaian dengan brand terkenal dan tidak, jika terdapat pakaian yang sobek beberapa akan saya jahit jika sobeknya tidak terlalu parah tetapi jika parah tidak akan saya jual.”

5. Nanny: “Strategi yang bisa saya lakukan yaitu pakaian bekas tersebut langsung dicuci, agar nilainya lebih tinggi dan para pembeli lebih yakin dan tidak takut terkena penyakit karena pakaian sudah di cuci sebelum di perjual belikan ke konsumen.

Annisa: “Sebelum pakaian bekas tersebut di jual biasanya kami menyortir pakaian terlebih dahulu, setelah di sortir pakaian akan dicuci dan di sertika jika pakaian tersebut terlalu kusut.”

Syawaluddin: “strategi yang biasa saya lakukan yaitu membuka bal di tempat jualan saya hal tersebut akan menarik perhatian para konsumen, konsumen sangat menyukai barang yang baru makanya saya langsung membuka bal di tempat saya jualan pada hari sabtu/minggu.

6. Annisa: “Pembeli pakaian bekas diminati oleh kalangan anak muda khususnya yang mengetahui merek-merek ternama di dunia. Selain menghemat keuangan, ia juga menggambarkan gaya berpakaian masa kini.”

Syawaluddin “Pembeli yang sering kesini banyak, seperti Dosen, Anak Kuliah, Bapak-bapak dan Ibu-ibu, bahkan dari kalangan menengah atas juga sering kesini”.

Nanny “Pengunjung/pembeli yang sering datang untuk membeli pakaian bekas kesini yaitu anak muda/remaja bahkan orang tua dan merek yang sering mereka cari itu jenis merek Uniqlo, Zara, dan H&M”.

7. Syawaluddin: “Jenis pakaian yang di jual sangat beragam Mulai dari pakaian, (Wanita, Pria, dan Anak-anak). Barang yang dijual masih sangat bagus dan masih layak dipakai.”

Annisa mengatakan “Jenis barang/ pakaian bekas yang dijual beragam mulai dari Dress Atasan Wanita, Celana panjang dan celana pendek, Training, Kemeja pria dan wanita, Sweeter, Jaket, Hodie, Baju Anak-anak, Jas, Baju kaos panjang/pendek pria dan wanita.”

Nanny: “Jenis pakaian yang dijual beragam mulai dari dress anak-anak, atasan, rok, celana panjang, celana pendek, celana jeans dan kemeja anak - anak.

8. Annisa: Harga per pasang pakaian bekas mulai dari Rp.5.000 sampai dengan Rp.50.000,- saja dan semua harga tergantung dari jenis pakaian dan bahannya.”

Syawaluddin : “Harga kemeja dan atasan dewasa di jual mulai harga Rp.25.000 – Rp.40.000 bahkan untuk pakaian anak-anak bisa didapatkan dengan harga sekitar Rp.5.000 sampai dengan Rp.35.000,-. Sedangkan harga celana jeans dimuai dari harga Rp.40.000,- sampai dengan Rp.90.000,-.”

Nanny: Harga dress anak-anak dijual mulai dengan harga Rp.25.000-40.000,- tergantung dari ukuran dress nya sedangkan rok anak-anak dijual mulai dari harga Rp.10.000 - 20.000,- dan harga baju atasan anak-anak

dijual dengan harga 15.000 - 25.000,- sedangkan harga dari celana panjang dan celana pendek anak di jual dengan harga 10.000 – 20.000,- / pcs nya.”

9. Nanny, Syawaluddin, Annisa: “Ya, barang yang saya jual ini adalah milik saya yang langsung saya jualkan kepada konsumen.”

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : PILDA SABRINA
Nim : 1940200010
Tempat/tanggal lahir : Pematang Siantar, 09 September 2002
Jenis kelamin : Perempuan
Anak ke : 4 dari 4 bersaudara
Alamat : Palopat Pijorkoling
Agama : Islam

DATA ORANG TUA

Nama ayah : Pirman hasibuan
Nama ibu : Emidah
Alamat : Palopat Pijorkoling
No. Hp : 08126298217

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2007-2013 : MIN 2 Padangsidempuan
Tahun 2013-2016 : MTsN 2 Padangsidempuan
Tahun 2016-2019 : SMA Negeri 3 Padangsidempuan
Tahun 2019 – sekarang : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Motto Hidup : Semua akan indah pada waktunya

Lampiran Dokumentasi





