

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Jual beli merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hampir setiap hari manusia tidak terlepas dari kegiatan jual beli mulai dari membeli makanan, pakaian, peralatan rumah tangga dan lain-lain. Jual beli merupakan suatu kesepakatan untuk menukarkan barang dan benda untuk kepentingan penggunanya, dimana kedua belah pihak telah menyepakati kesepakatan yang telah dibuat. (Shobirin, 2016). Dalam Islam, segala aktivitas harus didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits serta Ijtihad para ulama. Demikian juga dalam kegiatan jual beli dan kegiatan usaha harus mengikuti aturan-aturan tersebut. Dalam praktik jual beli terdapat aturan agar kegiatan transaksi jual beli tidak keluar dari koridor Islam. Allah SWT membolehkan jual beli, kecuali jual beli yang dilarang dan menyalahi aturan. Islam mengajarkan manusia selain beribadah kepada Allah SWT juga mengajarkan bagaimana membangun hubungan dengan manusia lainnya termasuk jual beli atau muamalah. (Muklisshotun & H.Noho, 2021)

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi saat ini, gaya hidup masyarakat juga mengalami banyak perubahan, salah satu adalah gaya hidup berpakaian yang beragam. Pakaian merupakan kebutuhan pokok penting bagi setiap manusia. Manusia membutuhkan pakaian untuk melindungi dan menutupi dirinya. Namun dengan berkembangnya kehidupan manusia, pakaian juga digunakan sebagai lambang status, kedudukan atau status dari orang yang memakainya. (Rabbani,

2021). Tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan meningkat membuat masyarakat sulit untuk menentukan apa yang menjadi kebutuhan primer dan mana yang merupakan kebutuhan sekunder. (Wahyu, 2018). Salah satu bentuk upaya masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya adalah dengan berbisnis jual beli pakaian bekas. Pakaian bekas merupakan suatu barang yang dipakai oleh manusia untuk menutupi tubuhnya tetapi telah dipakai oleh orang lain. (Awaluddin, 2018).

Pakaian bekas menjadi suatu trend dan membentuk sebuah gaya baru khususnya bagi anak muda yang faham brand dan bagi mereka yang faham fashion terutama fashion second. Selain harganya yang murah, pakaian bekas juga banyak diminati karena banyak terdapat merek pakaian ternama, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Berbeda dengan pakaian baru yang biasanya diproduksi massal dalam jumlah banyak, pakaian bekas biasanya terbatas jumlah dan jenis bajunya, sehingga memberikan tampilan yang berbeda dan personal kepada pembeli. Kaum muda adalah penyumbang terbesar pakaian bekas ini, dan secara tidak langsung merekalah yang mempromosikannya. Tidak hanya anak muda, tetapi juga dari berbagai kalangan banyak yang suka menggunakan pakaian bekas, Pakaian yang murah dengan gaya berbeda memiliki poin tambahan yaitu tetap branded. (Panjaitan, 2021).

Tingginya permintaan pakaian bekas menyebabkan banyaknya barang bekas yang didatangkan langsung dari luar negeri untuk memenuhi permintaan pasar. (Panjaitan, 2021). Mengenai jual beli pakaian bekas terdapat ketentuan yang melarang jual beli pakaian bekas impor yaitu dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan di Pasar 47 ayat (1) yang menyatakan bahwa “setiap

importir wajib impor barang dalam kondisi baru” ini jelas tidak sesuai dengan meningkatnya permintaan pakaian bekas. Sebenarnya barang impor dapat masuk ke Indonesia selama barang tersebut dalam kondisi baru sehingga sesuai dengan peraturan perundang-undangan. (Muklisshotun & H.Noho, 2021)

Peraturan larangan impor pakaian bekas juga terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan impor Pakaian Bekas adapun yang melatar belakangi adanya peraturan tersebut adalah bahwa pakaian bekas impor dapat membahayakan kesehatan manusia, sehingga tidak aman untuk digunakan atau digunakan oleh masyarakat umum. Untuk melindungi pertimbangan dan kepentingan konsumen tersebut, impor pakaian bekas harus dilarang. Mengingat pertimbangan di atas, Menteri Perdagangan harus mengeluarkan peraturan yang melarang impor pakaian bekas. (Peraturan Menteri Perdagangan RI, No. 51/M-DAG/PER/2015).

Di Kota Kendari jual beli pakaian bekas sudah ada sejak lama dan dikenal sebagai pakaian RB (rombengan) atau sering juga disebut cakar (cap karung). Mahalnya harga pakaian di beberapa pusat perbelanjaan seperti mall membuat sebagian masyarakat mengubah kebiasaan berbelanja, dengan membeli pakaian bekas. Ada banyak sekali ragam model pakaian bekas yang diperjualbelikan, mulai dari pakaian anak-anak sampai orang dewasa seperti baju kaos, celana panjang, celana pendek, kemeja dan masih banyak lagi. Pasar pakaian bekas atau RB tersebar di beberapa titik di Kota Kendari. Diantaranya Pasar Lawata, Pasar Panjang dan Pasar Korem Kendari. (Akbar, 2019).

Pakaian bekas sudah menjadi bisnis dan komoditas yang sudah mendarah daging di masyarakat Sulawesi Tenggara khususnya Kota Kendari dan sangat sulit untuk dihilangkan. Tingginya minat konsumen untuk membeli pakaian bekas membuat banyaknya penjual pakaian bekas yang masih beredar baik di pasar tradisional maupun di toko-toko yang khusus menjual pakaian bekas. Padahal pakaian bekas yang tidak dikenal kebersihannya dan sudah dilarang sebenarnya tidak dianjurkan. Selain tidak higienis, pakaian bekas juga bisa menjadi tempat berkembang biaknya bakteri dan virus yang berbahaya bagi kesehatan. (Irmayanti, 2020)

Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini penting untuk diteliti penulis yang berjudul “Persepsi Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

1.2. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini peneliti berfokus pada pembeli dan penjual pakaian bekas di Kota Kendari.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, dapat diambil suatu rumusan masalah mengenai suatu permasalahan yang ingin penulis teliti, yaitu :

1. Bagaimana Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari?
2. Bagaimana Persepsi Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari?
3. Bagaimana Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari Perspektif Etika Bisnis Islam?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk Mengetahui Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari.
2. Untuk Mengetahui Persepsi Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari.
3. Untuk Mengetahui Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari Perspektif Etika Bisnis Islam.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penulis mengharapkan kegunaan dari hasil penelitian ini. Kegunaan penelitian ini dapat dibagi atas dua bagian yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan priktis.

a. Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti : Melalui penelitian ini, peneliti mencoba untuk mengetahui serta menambah ilmu pengetahuan tentang Persepsi Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Di Kota Kendari Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam dan menambah wawasan serta pengalaman.
- 2) Bagi Pembaca : Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Persepsi Konsumen Terhadap

Praktik Jual Beli Pakaian Bekas yang terjadi di Kota Kendari Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam serta dapat menjadi bahan referensi dan inspirasi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

- 3) Bagi Peneliti Lain : Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai perbandingan atau masukan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang Persepsi Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas yang terjadi di Kota Kendari Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

1.6. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul pada pembahasan, maka penulis sampaikan beberapa pengertian yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Persepsi

Persepsi dalam Kamus bahasa Indonesia diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung terhadap sesuatu atau proses seseorang mengetahui melalui panca inderanya. Persepsi juga diartikan sebagai proses mengamati lingkungan dengan panca indera seseorang untuk menyadari segala sesuatu yang ada di sekitarnya.

2. Kosumen

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, untuk dirinya sendiri, untuk keluarganya, untuk orang lain, dan untuk makhluk hidup lainnya. Konsumen adalah orang yang ingin membeli barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan atau keinginannya, merupakan sumber informasi bagi penjual, yang mendatangkan pendapatan dan keuntungan bagi penjual.

3. Praktik

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), praktik berarti pelaksanaan yang sebenarnya dari apa yang disebut teori. Misal teorinya gampang, tapi prakteknya susah. Atau juga tindakan menerapkan teori (keyakinan dan sebagainya). Misalnya, aturan ini mengalami kesulitan dalam praktiknya.

4. Jual Beli

Jual beli menurut bahasa berarti tukar menukar. Sedangkan menurut fiqh, perdagangan adalah pertukaran suatu barang dengan barang lainnya dengan rukun dan syarat tertentu. Jual beli adalah suatu perjanjian untuk menukarkan benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda tersebut dan pihak yang lain menerimanya sesuai dengan kesepakatan atau syarat-syarat yang telah dibenarkan oleh syara' dan disepakati.

5. Pakaian Bekas

Pakaian merupakan kebutuhan pokok penting bagi setiap manusia. Manusia membutuhkan pakaian untuk melindungi dan menutupi dirinya. Namun dengan berkembangnya kehidupan manusia, pakaian juga digunakan sebagai lambang status, kedudukan atau status dari orang yang memakainya. Pakaian bekas merupakan suatu barang yang dipakai oleh manusia untuk menutupi tubuhnya tetapi telah dipakai oleh orang lain.

6. Perspektif Etika Bisnis Islam

Perspektif sendiri secara umum diartikan sebagai pandangan terhadap suatu peristiwa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Modern, pengertian

perspektif adalah cara pandang manusia dalam memilih pendapat dan keyakinan tentang suatu hal.

Etika sebagai disiplin ilmu melibatkan studi kritis tentang adat istiadat, nilai-nilai, dan norma-norma perilaku manusia yang dianggap baik atau buruk. Bisnis adalah kegiatan ekonomi. Yang terjadi dalam kegiatan ini adalah pertukaran, jual beli, produksi, pemasaran, pekerjaan, perekrutan dan kegiatan interaksi manusia lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Etika bisnis syariah, menurut syariah, adalah serangkaian kegiatan jual beli dalam berbagai bentuk yang dibatasi oleh jumlah kepemilikan harta kekayaannya, baik barang maupun jasa, tetapi dibatasi oleh cara memperoleh dan menggunakannya. Dalam menjalankan bisnis menurut ketentuan syariat, perbedaan antara halal dan haram atau benar dan salah tidak boleh dicampuradukkan.

1.7. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab dan setiap babnya terdiri dari sub-sub. Masing-masing bab membahas permasalahan sendiri tetapi saling berkaitan antara satu bab dan bab berikutnya. Adapun sistematika pembahasan adalah :

Bab satu berisi pendahuluan yang terdiri dari uraian tentang latar belakang masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab dua berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori, jual beli, pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, transaksi yang dilarang dalam jual beli, persepsi konsumen, proses terjadinya persepsi, faktor yang mempengaruhi persepsi, etika bisnis Islam,

pengertian etika bisnis Islam, dasar hukum etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam dan pakaian bekas.

Bab tiga berisi metodologi penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pemeriksaan kabsahan data.

Bab empat berisi hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari kondisi objek penelitian, gambaran umum Kota Kendari, Gambaran umum Pasar Korem Kendari, gambaran umum pasar Panjang kendari, hasil penelitian, praktik jual beli pakaian bekas dikota kendari, persepsi konsumen terhadap praktik jual pakaian bekas di kota kendari dan jual beli pakaian bekas di kota kendari dalm pespektif etika bisnis Islam, pembahasan hasil penelitian, praktik jual beli pakaian bekas dikota kendari, persepsi konsumen terhadap praktik jual pakaian bekas di kota kendari dan jual beli pakaian bekas di pasar Korem Kendari dalam perspetif etika bisnis Islam.

Bab lima berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.