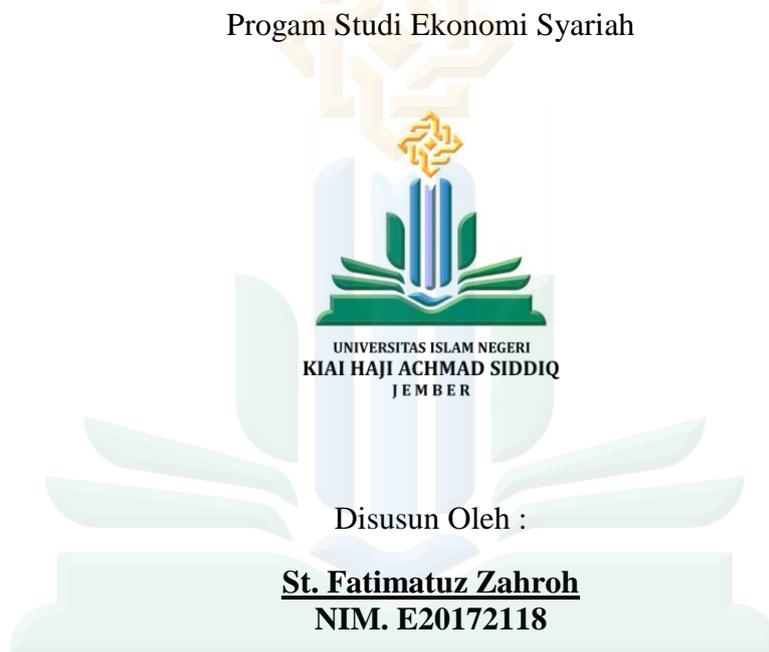


**RASIONALITAS EKONOMI PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS  
DI PASAR BABEBO AJUNG KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MEI 2024**

**RASIONALITAS EKONOMI PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI  
PASAR BABEBO AJUNG KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

**St Fatimatuz Zahroh**

**NIM. E20172118**

Disetujui Pembimbing :



**Ana Pratiwi, M.S.A**

**NIP. 198809232019032003**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI AHMAD SIDDIQ  
JEMBER

# RASIONALITAS EKONOMI PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI PASAR BABEBO AJUNG KABUPATEN JEMBER

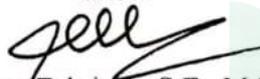
## SKRIPSI

Telah Diuji Dan Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan Memperoleh Gelar (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Hari: Jum'at  
Tanggal: 14 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua



Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.  
NIP.198907232019032012

Sekretaris



Zulfa Ahmad Kurniawan, M.E.  
NIP.199408042020121004

Anggota:

1. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.
2. Ana Pratiwi, M.S.A.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Drs. Nurhidayah, M.Ag  
NIP.1968121619906031001

## MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

**Artinya:** Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (Q.S. Al-Furqan/25:67).<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Qs. Al-Furqan Ayat 67

## PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah kehadiran-Mu Ya Allah telah menyelesaikan masa studi di Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember. Saya persembahkan “Karya” sederhana ini kepada orang-orang yang berjasa serta telah mengajarkan saya makna hidup, kerja keras, serta kedewasaan dalam meneti lika-liku kehidupan yang sangat berarti :

1. Kepada ayah dan ibu penulis, M. Juwaini dan Khasanah yang telah memberikan segalanya kepada saya dengan segenap jiwa baik cinta, kasih sayang, waktu, tenaga, pikiran, serta kepercayaan dan do’a yang tidak pernah lepas kalian panjatkan untuk saya.
2. Kepada keluarga dan saudara-saudara ku yang selalu mendukung penulis dalam proses penulisan, memberikan semangat dukungan serta do’a dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada dosen pembimbing saya Bu Ana Pratiwi, M.S.A, yang selalu sabar dan telaten dalam membimbing dan memberikan arahan kepada saya dalam proses penulisan skripsi.
4. Kepada teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam angkatan tahun 2017, khususnya kepada teman-teman kelas ES 3 yang saling memberi dukungan serta do’a dalam menyelesaikan skripsi.
5. Almamater ku Universitas KH Ahmad Siddiq Jember.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji mari kita panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, nikmat, serta hidayahnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul: Rasionalitas Ekonomi Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Babebo Ajunag Kabupaten Jember. Tujuan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember. Kesuksesan ini penulis dapat dari dukungan banyak pihak, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

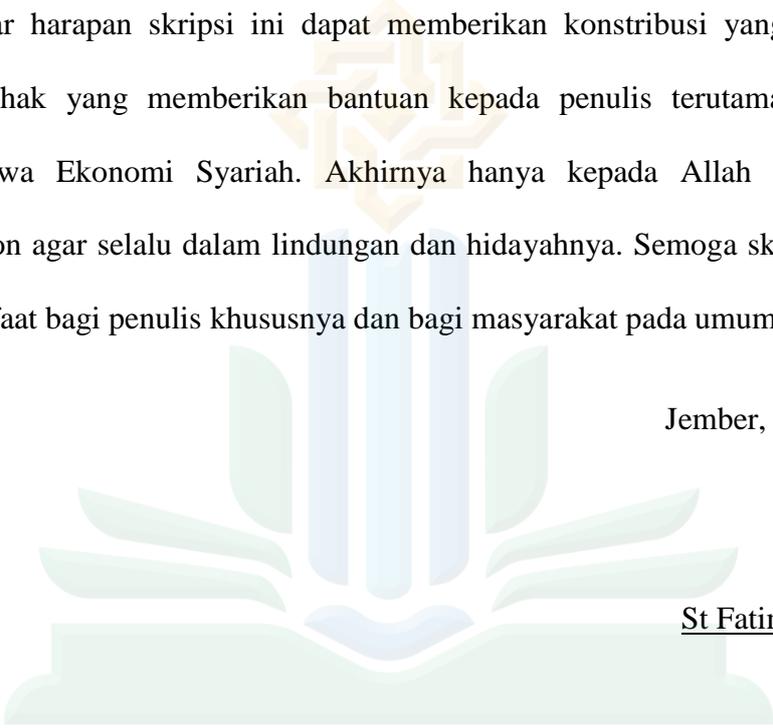
1. Bapak Prof. Dr.H. Hepni, S.Ag.,MM selaku Rektor Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Dr. M. F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Sofia, M.E. Selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syari'ah.
5. Bapak M Saiful Anam , M.Ag., selaku Dosen Pendamping Akademik.
6. Ibu Ana Pratiwi,M.S.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing saya mulai awal hingga akhir.
7. Bapak dan Ibu penguji yang terhormat.

8. Segenap Dosen UIN KH Achmad Siddiq Jember yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Kepada bapak, ibu pedagang pakaian di Pasar Babebo Ajung jember, serta pelanggan di Pasar Babebo yang telah banyak membantu.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Syariah. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis memohon agar selalu dalam lindungan dan hidayahnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi masyarakat pada umumnya.

Jember, 10 Mei 2024

St Fatimatuz Zahroh



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**St Fatimatuz Zahroh, Ana Pratiwi 2024 ; Rasionalitas Ekonomi Pembeli Pakaian Bekas di Pasar Babebo ajung Kabupaten jember.**

Rasionalitas adalah hal yang bisa dilakukan dengan dengan hal yang telah ada. Rasionalitas merupakan konsep normatif yang mengacu pada kesesuaian keyakinan seseorang dengan alasan seseorang untuk percaya, atau tindakan seseorang dengan alasan untuk melakukannya.

Fokus masalah yang diteliti ini adalah: 1) Bagaimana pola pembelian pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember? 2) bagaimana rasionalitas ekonomi pembeli pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember?

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan pola pembelian pakain bekas di pasar Babebo dan untuk mendeskripsikan rasionalitas ekonomi pembeli pakaian bekas di pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode kualitatif. Teknik analisi dalam penelitian ini menggunakan deskriptif, menganalisis rasionalitas ekonomi pembeli pakaian bekas di pasar babebo Ajung Kabupaten Jember. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa Babebo merupakan alternatif lain bagi masyarakat untuk memenuhi akan kebutuhan sandang, Rasionalitas sendiri dapat dilihat dan dilakukan oleh pembeli adalah berdasarkan merk, harga yang murah, dan juga kualitas ada di Babebo sehingga pembeli akan melakukan pembelian secara terus menerus untuk berburu merk dengan harga yang murah. Bagi pembeli yang gemar dengan barang bermerk Babebo merupakan tujuan utam mereka akan sering berkunjung untuk mencari pakaian, celana, topi, dan lain-lainnya. Maka dari perilaku diatas menimbulkan suatu rasionalitas terhadap pembelian pakain bekas Babebo yang mana pembeli bukan hanya dari golongan menengah ke bawah tetapi juga dari menengah ke atas, yang mana mereka membeli Babebo sebagai pemenuhan akan kebutuhan sandang bagi peminat pakaian bekas Babebo.

Kata Kunci: Rasionalitas

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBIING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6

E. Definisi Istilah .....	7
---------------------------	---

## **BAB II**

<b>KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
---------------------------	-----------

A. Penelitian Terdahulu .....	10
B. Kajian Teori.....	24
1. Rasionalitas .....	24
2. Pasar .....	29

## **BAB III**

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
--------------------------------	-----------

A. Metode Penelitian.....	35
1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	35
2. Subjek Penelitian .....	37
3. Lokasi Penelitian .....	37
4. Tehnik Pengumpulan Data .....	38
5. Analisis Data .....	41
6. Keabsahan Data .....	43
7. Tahapan Penelitian .....	44

## **BAB IV**

<b>PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>46</b>
---	-----------

A. Gambaran Objek Penelitian .....	46
------------------------------------	----

B. Penyajian Data Dan Analisis.....	48
C. Pembahasan Temuan.....	55

**BAB V**

<b>PENUTUP.....</b>	<b>59</b>
---------------------	-----------

A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	60

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
----------------------------	-----------



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia dewasa ini semakin berubah dengan cepat. Kehidupan zaman sekarang berkembang dibawah pengaruh ilmu teknologi dan pemikiran rasional. Hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang melanda dunia, yaitu suatu keadaan yang dipaksakan dari negara-negara maju kepada negara-negara berkembang untuk diikuti. Apa yang menonjol didalam masyarakat global adalah keinginan setiap individu untuk memuaskan dirinya dengan memenuhi kebutuhan pokoknya. Secara mendasar kebutuhan pokok manusia terdiri dari kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Namun pada zaman modern ini kebutuhan manusia semakin beragam dan terus menerus mengalami progres mengakibatkan masyarakat mengalami kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan yang mana kebutuhan sekunder.<sup>2</sup>

Dalam penulisan ini, penulis lebih berfokus kepada kebutuhan akan penghargaan diri dengan gambaran barang yang dibeli tersebut berstatus bekas yaitu seperti pakaian, namun kualitas dan merek pakaian juga menjadi acuan adanya dorongan untuk mendapatkan kebutuhan penghargaan diri dikalangannya. Semua orang dalam suatu masyarakat menginginkan sesuatu kehidupan yang stabil dan bernilai tinggi demi penghargaan dan penghormatan baik dalam diri sendiri maupun orang lain. Keinginan untuk belanja merupakan bangkitnya

---

<sup>2</sup> Nisaul Karimah dan Syafrizal, "Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru", *Motivation Rational Choice Social Class*, (Oktober, 2013), 2

budaya konsumen yang dicirikan dengan peningkatan budaya hidup atau (*life style*). Proses pembentukan gaya hiduplah yang merupakan hal terbaik yang dapat mendefinisikan budaya konsumen. Karena dalam budaya konsumen kontemporer khususnya istilah itu bermakna individualitas pernyataan diri dan kesadaran diri.

Gejala pakaian bekas saat ini sudah menjadi fenomena yang cukup mendunia. Bukan hanya terjadi di Indonesia, tetapi hal ini juga sudah terjadi hingga keranah Internasional. Beberapa negara di Dunia juga telah membuat peraturan tentang larangan untuk mengimpor pakaian bekas itu sendiri. Khususnya pelarangan itu juga terjadi di Indonesia yang mengenai kebijakan masalah pakaian bekas, karena seperti yang diatur dalam pasal 47 ayat (1) UU perdagangan telah dengan jelas menyebutkan bahwa barang impor harus dalam keadaan baru serta peran pemerintah dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen pakaian bekas.<sup>3</sup> Oleh karena itu pakaian bekas merupakan salah satu target masyarakat untuk mendapat *style* yang berbeda dengan orang lain, karena kebanyakan pakaian bekas mempunyai merek ternama di luar negeri dan model pakaian yang tidak terlalu pasaran. Disisi lain pakaian bekas ini tidak terlalu mahal untuk kualitas pakaian yang bagus dan memiliki merek ternama sehingga dapat sedikit menghemat pengeluaran. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya. Dan pakaian bekas ini diimpor dari luar negeri kebanyakan dari Asia yaitu seperti Singapura, China, Jepang Malaysia dan Korea.

---

<sup>3</sup> Efrida Ryanita Sari, "Gaya Hidup Penggunaan Pakaian Bekas Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura", *Jurnal Sosiologi*, Vol. 5 No. 2 (Juni 2017), 1

Beberapa hal yang membuat pakaian bekas ini begitu diminati masyarakat, diantaranya:

1. Kualitas. Rata-rata pakaian bekas impor dalam kondisi yang masih sangat bagus, bahkan ada yang masih baru (masih ada merk yang menempel) yang mempunyai merk-merk luar ternama seperti Adidas, Nike, G200, dan lain-lain.
2. Model pakaian bekas masih merupakan model terbaru dan masih layak pakai.
3. Harga pakaian bekas impor sangat miring, biasanya untuk satu baju kemeja baru bermerk terkenal jika kita membeli di swalayan atau mall harganya bisa mencapai Rp. 200.000-Rp. 300.000, jika membeli pakaian bekas anda bisa mendapatkan kemeja dengan model dan merk yang sama dengan harga mulai dari Rp.30.000 an.
4. Kebutuhan baju berkualitas dengan harga miring.<sup>4</sup>

Kebutuhan masyarakat modern sangat rentang dengan perubahan zaman, perkembangan kebudayaan, dan sangat terkait dengan simbol-simbol kekinian. Menurut Abraham Maslow, manusia punya lima kebutuhan yang membentuk tingkatan-tingkatan atau disebut juga hierarki kebutuhan mulai yang paling mudah

---

<sup>4</sup> Efrida Ryanita Sari, "Gaya Hidup Penggunaan Pakaian Bekas Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura", 3

hingga sulit untuk dicapai atau didapat. Kebutuhannya yaitu kebutuhan fisiologis (makanan dan minuman), keamanan, cinta, harga diri dan aktualisasi.<sup>5</sup>

Di Kabupaten Jember sebenarnya terdapat beberapa lokasi pasar yang memang khusus menjual pakaian bekas atau BABEBO. Salah satunya yang menjadi pasar pakaian bekas terbesar di Jember ada di Ajung Kabupaten Jember, yang terdekat lokasinya berada di depan pom bensin Ajung. Alasan penulis memilih pasar pakaian bekas yang ada di Ajung karena pasar BABEBO ini menjadi salah satu yang terbesar dan juga intensitas buka atau jam buka di pasar ini cukup lama setiap harinya, dan juga merupakan yang paling ramai juga memiliki tempat yang strategis tidak teralalu jauh dari kota serta merupakan lapak tetap yang disediakan untuk berjualan pakaian bekas. Di pasar BABEBO itu sendiri ada berbagai jenis dan variasi pakaian yang dijual dengan model yang unik-unik. Barang-barang yang dijual dalam pasar tersebut katanya berasal dari luar negeri. Hal ini bisa dilihat dari ciri pakaian yang dijual kebanyakan berbahan tebal yang biasanya dipakai pada Negara yang memiliki musim dingin atau salju, seperti Negara Korea ataupun Cina. Dalam pasar BABEBO sendiri ternyata tidak hanya menjual pakaian, juga ada topi, tas, dasi dll. Dengan kualitas barang yang bervariasi pula, tidak semua yang dijual ternyata barang bekas ada pula barang baru yang masih terdapat bandrolnya. Biasanya barang baru tersebut berasal dari toko-toko pakaian yang kemungkinan yang sudah lama tidak laku, kemudian disortir ke pasar BABEBO.

---

<sup>5</sup> Achmad Adib dan Grendi Hendrastomo, "Berlindung Di Balik Pakaian Bekas Awul-Awul: Telaah Sosiologis Gaya Hidup Remaja Kota Yogyakarta Dalam Mengonsumsi Pakaian Bekas", 6, *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, (februari, 2016), 3

Dalam hal pembeli atau pelanggan, pada pasar BABEBO ini pastinya memiliki pelanggan dan peminat tersendiri dari berbagai kalangan tentunya. Mungkin bisa dari kalangan mahasiswa, pelajar, masyarakat biasa, orang kaya, bahkan tua dan muda semua bias menjadi pelanggan di pasar BABEBO ini.

### **B. Fokus Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif perumusan masalah disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan di cari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus di susun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang di tuangkan dalam bentuk kalimat tanya.

Fokus penelitian dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Pola Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar BABEBO Ajung Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana Rasionalitas Ekonomi Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar BABEBO Ajung Kabupaten Jember ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Dalam tujuan penelitian harus mengacu pada masalah – masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pola pembeli pakaian bekas di pasar BABEBO di Desa Ajung.

2. Untuk mengetahui bagaimana rasionalitas ekonomi pembeli pakaian bekas di pasar BABEBO di Desa Ajung.

#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisikan kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan dalam penelitian harus realistis. Adapun manfaat dan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Menjelaskan bahwa hasil dari penelitian diharapkan bermanfaat dalam memberikan sumbangan pemikiran untuk memperbanyak informasi dengan adanya penelitian ini, terutama yang berkaitan dengan tren gaya berpakaian, terutama yang berkaitan dengan peminat pakaian bekas. Sehingga bisa menjadi bahan bacaan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti memberikan manfaat dengan pengalaman bagaimana melakukan penelitian dan mengolah serta turun langsung ke lokasi penelitian dan bertemu dengan informan, sehingga dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan baru lagi.
- b. Manfaat bagi peneliti lain, penelitian ini bisa digunakan sebagai rujukan, sumber informasi dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya agar bisa lebih di kembangkan lagi.

- c. Bagi pembaca atau masyarakat luas juga bisa di jadikan manfaat untuk pengetahuan dan informasi mengenai pasar pakaina bekas ataupun tentang pakai-pakaian bekas itu sendiri.

## E. Definisi Istilah

### 1. Rasionalitas Ekonomi

Rasional adalah hal yang bisa dilakukan dengan hal yang ada. Rasionalitas merupakan konsep normatif yang mengacu pada kesesuaian keyakinan seseorang dengan alasan seseorang untuk percaya, atau tindakan seseorang dengan alasan seseorang untuk bertindak. Namun, istilah "rasionalitas" cenderung digunakan secara berbeda dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk diskusi khusus ekonomi, sosiologi, psikologi, biologi evolusioner dan ilmu politik.<sup>6</sup> Dalam setiap analisis ekonomi selalu didasarkan pada asumsi mengenai perilaku para pelaku ekonominya. Secara umum sering diasumsikan bahwa dalam pengambilan keputusan ekonomi, pelaku selalu berfikir, bertindak dan bersikap secara rasional. Semisal, keputusan seseorang untuk memilih barang yang lebih murah didasarkan pada pertimbangan rasionalitas bahwa dengan hal ini kesejahteraannya akan meningkat dan tidak peduli dengan kesejahteraan penyedia barang. Demikian pula pada aktifitas ekonomi

---

<sup>6</sup> Nisa ul Karimah, "Motivai Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru", *skripsi universitas riau*, 3

lainnya, pertimbangan rasionalitas ini sangat dominan digunakan dalam analisis.<sup>7</sup>

## 2. Pembeli Pakaian Bekas

Pembeli merupakan orang yang menginginkan suatu barang untuk digunakan sesuai kebutuhannya dengan melakukan transaksi dengan orang yang biasa disebut sebagai penjual. Sedangkan pakaian bekas disini merupakan pakaian yang sudah bekas pakai orang lain dan masih layak untuk digunakan kembali. Jadi pembeli pakaian bekas biasanya dilakukan oleh individu sebagai pilihan serta kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan *Fashion* karena banyak diketahui bahwa pakaian bekas impor biasanya memiliki kualitas dan merk yang bagus dan dijual dengan harga yang lebih terjangkau dari pada harga yang ada di toko atau mall.<sup>8</sup> Gaya pakaian bekas yang mendasarkan eksistensinya pada unsur konsumerisme yang merupakan ciri khas dari masyarakat kontemporer. Pola selera dan deskriminasi sama-sama menciptakan hasrat dikalangan pembeli pakaian bekas sebagaimana pada mereka yang memilih jalan pusat kota dan ruang pameran *fashion*.

## 3. BABEBO

Babebo merupakan nama sebuah pasar yang menjual pakaian bekas. Nama Babebo sendiri merupakan bahasa akronim dari “Baju Bekas Bos” yang pada akhirnya nama itu yang melekat pada masyarakat.

<sup>7</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 27

<sup>8</sup> Gitania A. Rorong, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Di Pasar Baru Langowan”, *Jurnal Productivity*, Vol. 2 No. 3 (2021), 228.

Pasar pakain bekas Babebo di Kabupaten Jember sangat banyak, salah satunya yang ada di Ajung yang juga menjadi salah satu pasar pakain bekas yang terbesar di Kabupaten Jember dan juga merupakan lapak tetap yang disediakan untuk pedagang untuk berjualan pakiaan bekas dan lainnya. Pasar Babebo sendiri biasanya menjual pakiaian bekas impor dengan kualitas yang masih bagus mekipun dengan embel-embel pakaian bekas.<sup>9</sup>



---

<sup>9</sup> Diyas Ayu Niasari, “Kesantunan Bahasa Dalam Interaksi Jual Beli Di Pasar Babebo Kabupaten Jember”, *Skripsi Universitas Jember*, 2015, 4

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian yang diambil, kemudian membuat ringkasan dari penelitian terdahulu (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Hasil penelitian tersebut diantaranya:

1. Jurnal berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari” di tulis oleh Rudi Yanto Batara Silalahi, dan Letanli Ayu Susanti. Tahun Mei 2018 Volume 2 Nomer 1 (Jurnal Riset ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi).<sup>10</sup>

Karakteristik konsumen di Kota Batam memiliki kecenderungan untuk tampil *stylis* dan modis dengan dana yang minim. Tempat penjualan pakaian bekas di Kota Batam menyediakan pakaian bekas dengan merek-merek ternama sehingga konsumen dapat bergaya dengan pakain ternama tanpa perlu mengeluarkan uang banyak dan dapat membeli dengan harga yang murah dibandingkan dari toko-toko di Mall.

---

<sup>10</sup> Rudi Ynto Batar Silalahi, “Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari, *Jurnal Riset Ekonomi Bidang Menejemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 1 (Mei 2018), 83

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembeli, untuk mengetahui pengaruh tempat secara parsial terhadap keputusan pembeli, untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas, tempat, dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas dipasar seken Aviari di Kota Batam. Jenis penelitian ini menggunakan Kuantitatif dengan sifat asosiatif. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk, tempat, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Skripsi berjudul “Faktor-Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian)”, Di Tulis Oleh Yesi Indra Wahyu Pada Tahun 2018.<sup>11</sup>

Perkembangan fashion di zaman ini memiliki perkembangan yang sangat pesat dan beragam. Dalam sebuah toko kita dapat menemukan berbagai macam model pakaian yang sebenarnya memiliki fungsi

---

<sup>11</sup> Yesi Indra Wahyu, “Faktor-Fektor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas Di Yogyakarta (Studikasuk Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian)”, *Skripsi Universitas Sanata Dharma*, 2018, 15

menutupi tubuh, namun model pakain juga menjadi faktor dalam memilih pakaian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di Yogyakarta pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) analisis presentase untuk mengetahui identitas responden, 2) analisis *Chocran Q-Test* untuk mengetahui faktor-faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di Yogyakarta. Hasil analisis presentase diperoleh hasil berdasarkan umur, mayoritas berumur 18-25 tahun, berdasarkan pekerjaan mayoritas mahasiswa, berdasarkan pakaian yang dibeli mayoritas baju/kemeja, dan berdasarkan corak mayoritas polos. Hasil dari analisis *Chocran Q-Test* menunjukkan bahwa kebutuhan pakain, mendapatkan uang saku dan merek yang dijual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di Yogyakarta.

3. Skripsi berjudul “Pedagang Pakaian Seken (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjungbalai, Sumatra Utara)”, di tulis oleh Zuriah Nasution, Tahun 2018.<sup>12</sup>

Menalaah ekonomi lmelalui relasi antar manusia dapat dikaji dengan struktural yakni melihat relasi atau hubungan antara subjek dan objek atau komponen-komponen yang merupakan bagian dari suatu sistem perubahan kebutuhan. Dalam ekonomi akan melibatkan

---

<sup>12</sup> Zuriah Nasution, “Pedagang Pakain Seken (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjung Balai, Sumatra Utara), *Skripsi Universitas Sumatra Utara*, 2018, hal 6

berbagai sistem termasuk hubungan manusia antar manusia yang terlibat dalam proses produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa. Fokus penelitiannya yaitu: (1) faktor-faktor penyebab maraknya penjualan pakaian bekas impor dipasar tanjungbalai. (2) upaya pemerintah menghadapi pedagang pakaian bekas impor di kota tanjungbalai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keberadaan pedagang pakaian seken dipasar TPO (tempat penjualan obral) di tanjungbalai. Juga untuk mengetahui faktor-faktor penyebab maraknya penjualan pakaian bekas serta upaya pemerintah menghadapi penjual pakaian bekas impor di tanjungbalai.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penyebab maraknya penjualan pakaian bekas impor adalah karena banyaknya permintaan, juga didorong karena kebutuhan hidup para pedagang, dengan modal yang minim pedagang sudah mampu membuka usaha penjualan pakaian bekas impor. Faktor lain yang memengaruhi adalah kurangnya ketegasan dari pemerintah untuk benar-benar menghentikan usaha jual beli pakaian bekas impor. Faktor suksesnya penyelundupan pakaian bekas impor dipengaruhi oleh kondisi geografis tanjung balai yang, kondisi industri dalam negeri yang masih dalam perkembangan, mudahnya arus penyelundupan, animo besar masyarakat dalam membeli pakaian bekas serta rendahnya mental oknum petugas yang terlibat.

4. Jurnal dengan judul “Motivasi Konsumen Dengan Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram”, ditulis oleh Andi Mulyan dan Akhmad muzakkir, Tahun Juli 2021, Vol. 5 No. 3.<sup>13</sup>

Pasar Loak Karang Sukun Mataram merupakan salah satu pusat penjualan pakaian bekas terbesar di Nusa Tenggara Barat. Berbagai kalangan dari berbagai daerah datang membeli pakaian bekas di tempat ini. Hal inilah yang membuat penulis mengkaji lebih tentang motivasi pembeli terhadap pakaian bekas di Pasar Loak Karang Sukun. Fokus penelitian ini adalah mengetahui motivasi pembeli terhadap pakaian bekas yang ada di Pasar Loak Karang Sukun Mataram dan mengetahui startifikasi konsumen yang membeli pakaian bekas. Dalam penganalisaan data penulis lebih pada analisa deskriptif atau kualitatif. Dalam penelitian ini ditemukan alasan mengapa membeli pakain bekas di Pasar Karang Sukun Mataram yaitu faktor ekonomi, faktor lingkungan sosial, atau pergaulan, faktor gaya hidup, dan faktor kualitas pakaian, merek, keunikan atau model pakainya yang lagi trendy di zaman sekarang. Sedangkan stratifikasi konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram yaitu terdiri dari golongan bawah (buruh tani, sopir angkot, tukang parkir, dll) dan golongan menengah keatas (anak sekolah, mahasiswa, pedagang, dan pegawai kantoran).

---

<sup>13</sup> Adi Mulyan Dan Ahmad Mudzakir, “Motivasi Konsumen Dengan Membeli Pakaina Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram”, *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, Vol. 5 No. 3 (Juli 2021)

5. Jurnal Berjudul “Implikasi Panjualan Pakain Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar”, ditulis oleh Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, I Nyoman Utama, Tahun Agustus 2020, Volume 1 Nomer 1 (Jurnal Interpretasi Hukum).<sup>14</sup>

Kegiatan penjualan pakaian bekas impor merupakan salah satu kegiatan yang dilarang oleh Pemerintah karena bersifat melanggar dan tidak sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Mengenai perdagangan impor diatur dalam Pasal 47 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Perdagangan. Pakaian bekas impor dikategorikan barang berbahaya karena beredar secara bebas tanpa adanya pengecekan terlebih dahulu. Dengan demikian penelitian ini bertujuan menguraikan bagaimana pelaksanaan penjualan pakaian bekas impor di Kota Denpasar dan bagaimana implikasi dari penjualan pakaian bekas impor bagi konsumen di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris, dimana penelitian ini dilakukan sesuai keadaan nyata pada suatu masyarakat atau lingkungan dengan tujuan untuk menemukan fakta-fakta atau permasalahan hukum yang ada.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaturan penjualan pakaian bekas diatur dalam Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang larangan impor pakaian bekas, dimana pakaian bekas tersebut dilarang karena

---

<sup>14</sup> Ni Made Indah Krisna Dewi, dkk, “Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar”, *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 1 No. 1 (Agustus 2020), 217.

memiliki dampak bagi kesehatan dan ekonomi masyarakat. Implikasi dari penjualan pakaian bekas impor ini sangat merugikan masyarakat terutama dalam segi ekonomi dan kesehatan. Penggunaan pakaian bekas ini juga dapat mengakibatkan penyakit seperti gatal-gatal, panu, flu, dan lain-lain, akibat dari bakteri Mikroba yang menempel pada pakaian bekas tersebut. Oleh karena itu, perlu sosialisasi terhadap aturan-aturan tersebut kepada masyarakat dan penjual pakaian bekas impor, serta menegakkan aturan melalui razia terhadap gudang-gudang penadah yang mendistribusikan pakaian bekas impor kepada penjual.

6. Jurnal berjudul “Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Cakar) di Kota Makasar”, ditulis oleh Mujahid, Masyiroh Nurdin, dkk, Tahun maret 2022, Volume 09 Nomer 01 (Jurnal Sinar Manajemen).<sup>15</sup>

Keputusan pembeli adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dikarenakan adanya dorongan atau motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis keputusan konsumen dalam membeli pakaian bekas (cakar) di Kota Makasar. Jenis penelitian ini adalah analisis data kualitatif, hasil pembahasan menemukan bahwa penjualan pakaian bekas (cakar) sangat diminati dikalangan masyarakat Kota Makasar. Hasil dari penelitian ini adalah harga, kualitas produk, dan merek menjadi salah

---

<sup>15</sup> Mujahid, Masyiroh Nurdin, dkk, “Keputusan Konsumen Dalam Membeli Pakaian Bekas (Cakra) Di Kota Makasar”, *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 9 No. 1 (Maret 2022), 136

satu alasan keputusan pembelian konsumen. Konsemen puasa dengan adanya pakaian bekas (cakar) karena dapat mendapatkan produk original dengan harga terjangkau.

7. Skripsi berjudul “Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)”, ditulis oleh Nur Awaliyah, Tahun 2019.<sup>16</sup>

Minat beli merupakan tahapan penting yang harus dilakukan konsumen untuk memutuskan melaksanakan kegiatan pembelian suatu produk. Minat beli sendiri dapat diidentifikasi sebagai berikut: minat beli dimana konsumen cenderung memberikan saran kepada orang lain untuk membeli produk tersebut, minat beli yang dimana konsumen memilih suatu produk menjadi pilihan utamanya, minat beli yang dimana konsumen mencari tahu informasi tentang produk tersebut terlebih dahulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan dengan pendekatan Kualitatif.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik data primer dan skunder yaitu dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penellitian menunjukkan bahwa: (1) minat konsemen dalam memilih pakaian bekas dalam penelitian ini tidak terbatas pada stu kelompok karakter saja. Konsemen berasal dari semua jenis kelamin,

---

<sup>16</sup> Nur Walia, “Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)”, *Skripsi IAIN Parepare*, 2019, 4

lapangan pekerjaan, pendidikan dan besarnya pendapatan. (2) faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih yaitu pertama faktor ekonomi, dimana konsumen sangat mementingkan harga dalam membeli pakaian. Kedua yaitu faktor lingkungan dimana lingkungan memberikan pengalaman kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat dan tingkah laku baik dari lingkungan, keluarga, teman, dll. Faktor lain yaitu kualitas bagus dengan harga murah, memiliki merek bagus dan model terbaru. Dalam hukum ekonomi islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan selama hal tersebut mampu menambah *Maslahah* dan tidak mendatangkan *Mudharat*.

8. Skripsi berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pada Masyarakat Labuhanbatu Selatan”, ditulis oleh Sepriana Hasibuan, Tahun 2020.<sup>17</sup>

Dalam penelitian ini masyarakat lingkungan Martapontan Kelurahan Langga Payung pada umumnya membeli pakaian bekas dengan harga yang relatif rendah padahal kualitas produk yang ditawarkan belum tentu baik. maka penelitian ini dilakukan untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen memutuskan membeli pakaian bekas dari pada pakaian yang baru dengan harga yang tinggi. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

<sup>17</sup> Sepriana Hasibuan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pada Masyarakat Laguhanbatu Selatan”, *Skripsi IAIN Padangsidempuan*, 2020, 1

apakah kualitas produk, kepribadian dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas pada masyarakat Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif dengan teknik *Sampling Purposive*.

Dari hasil penelitian secara parsial hasil kualitas produk dan kepribadian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembeli dan untuk kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan variabel kualitas produk, kepribadian, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kualitas produk yang baik maka dapat mempengaruhi pembelian dan memberikan kepuasan tersendiri pada setiap konsumen.

9. Skripsi dengan judul “Penerapan Etika Konsumsi Masyarakat Terhadap Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Losari Kecamatan Mantikulore)”, ditulis oleh Sripah Hasnah, Tahun 2019.<sup>18</sup>

Pada dasarnya sebagian masyarakat palu masih gemar membeli pakaian bekas, dengan demikian penulis mengambil pokok permasalahan etika konsumsi masyarakat terhadap pakaian bekas di pasar Losari, dan yang kedua bagaimana prespektif ekonomi islam terhadap masyarakat yang mengkonsumsi pakian bekas. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

---

<sup>18</sup> Sripah Hasnah, ” Penerapan Etika Konsumsi Masyarakat Terhadap Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Losari Kecamatan Mantikulore)”, *Skripsi IAIN Palu*, 1

Adapun sumber data primer dan skunder diperoleh melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika konsumsi masyarakat dalam membeli pakaian bekas, salah satunya dengan jumlah yang berlebihan dan cara masyarakat memilihnya dengan mengacak-acak pakaian bekas. Pakaian bekas awalnya identik dengan konsumsi kelas bawah. Harga yang murah dan kualitas yang bermerek, kondisi yang bekas membatasi orang untuk mengkonsumsinya. Namun nyatanya tidak selalu orang kelas bawah yang yang mengkonsumsi pakaian bekas, kelas atas pun mengkonsumsi pakaian bekas dengan dengan berbagai alasan yang melatarbelakanginya. Faktor masyarakat yang membeli pakaian bekas belum menerapkana syariat islam dalam batasan membeli suatu barang.

10. Skripsi dengan judul “Hubungan Antara Gaya Hidup Branminded Terhadap Intensi Pembeli Pakaian Bekas Pada Remaja Di Kota Malang”, ditulis oleh Dhien Saraswati, Tahun 2018.<sup>19</sup>

Gaya hidup remaja masa kini sangat menarik untuk diperhatikan melalui gaya bahasa, busana, serta pergaulan remaja. Gaya hidup seseorang mengarah pada ekspresi akan situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, sikap dan harapan. Latar belakang sosial, ekonomi dan budaya mempengaruhi setiap gerak langkah para remaja.

---

<sup>19</sup> Dhien Saraswati, “Hubungan Antara Gaya Hidup Bran Minded Terhadap Intensi Pembeli Pakaian Bekas Pada Remaja Di Kota Malang”, *Skripsi Universitas Brawijaya Malang*, 14

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan gaya hidup *Brandminded* terhadap intensi membeli pakaian pada remaja. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang merupakan konsumen atau pengunjung toko pakaian bekas dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala gaya hidup *branminded* dan skala intensi pembeli pakaian bekas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan data yang diperoleh dianalisis melalui analisis regresi linier sederhana, didapatkan hasil bahwa adanya hubungan antara gaya hidup *Branminded* terhadap intensi pembeli pakaian bekas ( $R=0,077$  dan  $0,445 < 0,05$ ).

Tabel 2.1

## Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Mujahid, Masyiroh Nurdin, dkk. (Jurnal Sinar Manajemen, Vol. 9 No. 1 Maret 2022)	“Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Cakar) di Kota Makasar”	Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif serta membahas minat masyarakat di kota Makasar dalam membeli pakaian bekas (Cakar)	Perbedaan dalam penelitian ini adalah berfokus pada hal yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian pakaian bekas di Kota Makasar.
2	Andi Mulyan dan Akhmad muzakkir. (Jurnal. Vol. 5 No. 3, Juli)	“Motivasi Konsumen Dengan Membeli Pakaina Bekas	Dalam penganalisaan data penulis lebih menitik beratkan pada analisa	Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus penelitian itu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	2021)	Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram”	deskriptif atau kualitatif.	sendiri, dimana disini fokusnya lebih ke motifasi masyarakat itu sendiri kenapa memilih pakaian bekas.
3	Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, I Nyoman Sutama. (Jurnal Interpretasi Hukum, Vol. 1 No. 1 Agustus 2020).	“Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar”	Meneliti mengenai pakaian bekas serta minat masyarakat dalam membeli pakaian impor bekas.	Fokus penelitian yang meneliti mengenai hukum dalam impor pakaian bekas serta dampak yang akan di timbulkan dalam berbagai hal misalnya hal kesehatan, dll.
4	Sepriana Hasibuan. (Skripsi, 2020)	“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pada Masyarakat Labuhanbatu Selatan”	Membahas mengenai pakaian bekas yang masih menjadi favorit sebagian masyarakat yang memang sudah lama menjadi favorit masyarakat.	Jenis penelitian kuantitatif, dan dalam penelitian ini menggunakan fokus kualitas produk, kepribadian, serta kepercayaan konsumen.
5	Nur Awaliya. (Skripsi, 2019)	“Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)”	Menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, serta membahas mengenai pakaian bekas yang masih cukup di minati oleh masyarakat dan memiliki	Fokus penelitian mengenai minat serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari masyarakat untuk memilih pakaian bekas

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			dayatarik tersendiri.	
6	Sripah Hasnah. (Skripsi, 2019).	“Penerapan Etika Konsumsi Masyarakat Terhadap Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Losari Kecamatan Mantikulore)”	Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.	Fokus masalah yang di ambil oleh peneliti disini berbeda yaitu tentang etika dan faktor-faktor konsumsi masyarakat terhadap pakaian bekas.
7	Zuriah Nasution. (Skripsi, 2018)	“Pedagang Pakaian Seken (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjung Balai, Sumatra Utara).	Meneggunaan metode penelitian kualitatif serta mengetahui pakaian bekas itu dan bagaimana jual beli pakaian bekas.	Perbedaannya pada Fokus dari penelitian ini lebih pada pedagang pakaian seken dan bagaimana pengaruhnya terhadap usaha garmen yang lainnya.
8	Yesi Indra Wahyu (Skripsi, 2018)	“Faktor-Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian)”	Menggunakan jenis penelitian Kuantitatif dengan metode pengumpulan data kuesioner.	Dalam penelitian ini peneliti memiliki beberapa tujuan untung mengetahui faktor-faktor pendorong pembelian pakain bekas.
9	Rudi Yanto Batara Silalahi, dan Letanli Ayu Susanti. (Jurnal, Vol. 2 No. 1, Mei 2018)	“Pengaruh Kualitas Produk, Tempat Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari”	Sama-sama meneliti mengenai pasar pakaian bekas, serta bagaimana minat pembeli terhadap pakaian bekas itu sendiri.	Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian asosiatif.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10	Dhien Saraswati. (Skripsi, 2018)	“Hubungan Antara Gaya Hidup Bran Minded Terhadap Intensi Pembeli Pakaian Bekas Pada Remaja Di Kota Malang”	Membahas mengenai apakah gaya hidup bran minded dan faktor lainya seperti ekonomi juga dapat mempengaruhi pola pembelian pakaian bekas itu sendiri.	penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan fokus sasaran penelitiannya disini adalah remaja.

Sumber : Data (diolah).

## B. Kajian Teori

### 1. Rasionalitas

#### a. Pengertian rasionalitas

Rasionalitas adalah anggapan yang memungkinkan kita untuk membuat pertimbangan atau pilihan-pilihan berdasarkan standar-standar logis, mempertimbangkan situasi yang dihadapi dan tidak akan secara sengaja membuat keputusan yang akan menjadikan mereka

lebih buruk. Standar-standar tersebut atau aksioma-aksioma tersebut penyederhanaan dari kompleksitas dan nilai-nilai. Pemikiran rasional ini mengarah pada analisi yang relevan dan harus berdasarkan pada nilai, data, dan tindakan melibatkan perasaan atau pendapat individual. Hal ini dilakukan agar keputusan atau pemikiran tersebut tetap masuk akal.

Rasional adalah suatu yang dilakukan oleh tiap-tiap individu dalam menentukan pilihannya atas keterlibatannya dalam suatu tindakan sosial. Tindakan tersebut didasarkan pada proporsi kesuksesan, dengan

dorongan nilai.<sup>20</sup> Rasionalita merupakan konsep normatif yang mengacu pada kesesuaian keyakinan seseorang dengan alasan seseorang untuk percaya, atau tindakan seseorang dengan alasan seseorang untuk melakukan tindakan yang akan dilakukan. Namun, istilah "rasionalitas" cenderung digunakan secara berbeda dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk diskusi khusus ekonomi, sosiologi, psikologi, biologi evolusioner dan ilmu politik.

Sebuah keputusan yang rasional adalah salah satu yang tidak hanya beralasan, tetapi juga optimal untuk mencapai tujuan atau memecahkan masalah. Menentukan optimal untuk perilaku rasional membutuhkan formulasi diukur dari masalah, dan membuat beberapa asumsi utama. Ketika tujuan atau masalah melibatkan membuat keputusan, faktor rasionalitas dalam berapa banyak informasi yang tersedia (misalnya lengkap atau pengetahuan yang tidak lengkap).

Menurut Max Walber teori rasionalitas dibagi menjadi dua:

- 1) Rasionalitas tujuan, seorang atau kelompok yang bertindak sesuai tujuan berorientasi pada hasil yang akan didapat.
- 2) Rasionalitas nilai, selalu memperhitungkan nilai dan etika oleh sosial. Rasionalitas ini tidak akan tidak akan melakukan sesuatu yang mkenyalahi aturan untuk mendapatkan tujuan.

Rasional pada dasarnya merupakan kristalisasi dari pemahaman perkembangan aliran pemikiran dari paham rasionalitas di eropa barat,

---

<sup>20</sup> Safira, Rasionalitas Pembeli Pakaian Bekas (Babebo) Di Rambipuji Dan Mangli, Skripsi Universitas Jember, 27

yaitu teori yang muncul pada abad pertengahan sebagai antithesis atau paham naturalis. Pilihan rasional sebagai modal penjelasan dari tindakan manusia dimaksudkan untuk memberikan analisa formal dalam pengambilan keputusan rasional berdasarkan sejumlah kepercayaan dan tujuan. Teori ini dimaksudkan untuk bisa menerangkan sejumlah penyelesaian masalah sosial dari efek pilihan tersebut.<sup>21</sup> Tujuan utama dari teori pilihan rasionalitas ini untuk menjelaskan perilaku sosial baik dalam lingkup kecil ataupun besar, daripada perilaku individu.

Dalam literatur teori ekonomi modern, seorang pelaku di asumsikan rasional berdasarkan kriteria berikut:

- a. Setiap orang selalu tau apa yang mereka mau dan inginkan.
- b. Keputusan yang di ambil berdasarkan pertimbangan tradisi, nilai dan mempunyai alasan serta argument yang lugas.
- c. Setiap keputusan yang diambil oleh individu harus menuju pada pengkuantifikasian.<sup>22</sup>

Dalam penjelasan diatas dapat digambarkan bahwa rasionalitas dalam banyak ekonomi literature berarti kepentingan sendiri dan pada saat bersamaan konsisten pada pilihan berdasarkan tujuan yang ingin di capai, dimana bisa dikualifikasikan menuju maksimalisasi beberapa ide kesejahteraan umum. Perilaku ekonomi rasional sendiri merupakan

<sup>21</sup> Nisa ul Karimah, "Motivai Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru", *skripsi universitas riau*, 4.

<sup>22</sup> Muhammad Ngasifudin, "Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. VII No. 2 (Desember, 2017), 112

perilaku ekonomi yang didasarkan pada pilihan-pilihan yang lebih menguntungkan. Dengan kata lain, kebutuhan ekonomi yang rasional untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan kerugian seminimal mungkin.<sup>23</sup>

b. Prinsip-Prinsip Dalam Rasionalitas.

- 1) Kelengkapan (*Completeness*), setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih di sukainya diantara dua keadaan yang ada.
- 2) Transitivitas, mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihanya terhadap beberapa alternative pilihan produk.
- 3) Keseimbangan, prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih di sukai daro pada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A akan lebih di suakai dari pada produk B.
- 4) Lebih banyak selalu lebih baik, jumlah kepuasan akan meningkat jika individu mengkonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut.<sup>24</sup>

c. Tipe Rasionalitas.

Secara umum, pemikiran rasionalitas dibagi menjadi tiga tipe yaitu sebagai berikut:

<sup>23</sup> Muhammad Idris, “Prinsip Ekonomi: Pengertian Jenis Dan Contohnya Dalam Kehidupan”, *Kompas.com*, diakses Tanggal 27 Juni 2021

<sup>24</sup> Muhammad ngasifudin, “Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam” , 114.

- 1) Rasionalitas substantif biasanya akan melibatkan penentuan fasilitas guna mencapai hal-hal yang substantif. Tipe ini memiliki sifat yang lintas peradaban hingga lintas sejarah selama masih memiliki nilai-nilai yang berkelanjutan dan berhubungan.
- 2) Rasionalitas praktis adalah rasional yang sejalan dengan kehidupan manusia dan akan menilai atau memandang berbagai kesibukan dunia yang berhubungan dengan kebutuhan individu. Kebutuhan individu ini melibatkan pada hal yang murni, pragmatis dan egoistis.
- 3) Rasionalitas teoritis sedikit berbeda dengan rasional praktis, rasional teoritis ini akan menggiring orang lain untuk melihat kehidupan dan kenyataan sehari-hari. Rasionalitas ini memiliki tujuan untuk membuat seseorang dapat mengartikan dunia sebagai sebuah tempat yang memiliki banyak arti. Rasionalitas ini juga bersifat lintas peradaban dan lintas histori.<sup>25</sup>

d. Tanda orang berfikir rasional

- 1) Orang yang kerap berfikir rasional akan selalu memikirkan masa depan dan berorientasi pada tujuannya dibanding menghabiskan waktu terlalu lama berfikir dan meratapi masa lalu.

---

<sup>25</sup> Safira, Rasionalitas Pembeli Pakaian Bekas (Babebo) Di Rambipuji Dan Mangli, Skripsi Universitas Jember, 28

- 2) Orang yang rasional tidak akan mudah terbawa arus, mereka akan selalu membutuhkan alasan yang masuk akal untuk melakukan sesuatu hingga tidak akan menyesal. Itu sebabnya orang-orang ini akan membuat rencana yang jelas sebelum setuju untuk mengikuti atau melakukan sesuatu.
- 3) Orang yang rasional akan cenderung lebih mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, karena sebelumnya mereka sudah terbiasa mengumpulkan informasi terlebih dahulu dari berbagai hal.
- 4) Mereka hanya akan melakukan apa yang telah direncanakan, mereka tidak menyukai melakukan diluar rencana mereka. Karena mereka selalu memikirkan akibatnya jika tidak mengikuti aturan atau rencana yang ada.
- 5) Orang rasional adalah tipe orang yang tidak akan membiarkan perasaan menghalanginya mengambil keputusan. Mereka merasa harus benardan adil dalam mengambil keputusan.<sup>26</sup>

## 2. Pasar

### a. Pengertian Pasar

Pasar atau market merupakan sebuah tempat bertemunya pembeli dengan penjual guna melakukan transaksi ekonomi yaitu untuk

---

<sup>26</sup> Muhammad ngasifudin, “Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam”, 116

menjual atau membeli suatu barang dan jasa atau sumber daya ekonomi dan berbagai faktor produksi yang lainnya.<sup>27</sup>

Pengertian pasar menurut para ahli:

- 1) Menurut William J. Stanton, makna dari pasar adalah kumpulan dari masyarakat yang bertujuan untuk mendapatkan rasa puas. Kepuasan itu berasal dari penggunaan uang untuk ditukar dengan barang yang mereka inginkan.
- 2) Menurut Simamora Pengertian pasar dari Simamora adalah kelompok masyarakat dengan kebutuhan dan keinginannya untuk memiliki atau membeli barang tertentu. Bukan hanya itu, mereka juga punya kemampuan beli terhadap produk tersebut. Kesempatan tukar-menukar barang dengan alat pembayaran pun ada di dalam pasar.
- 3) Menurut Kotler dan Amstrong Pasar adalah pertemuan antara para pembeli yang potensial dan juga penjual yang menawarkan produk atau jasa.
- 4) Menurut Handri Ma'aruf Pasar merupakan ruang para penjual dan pembeli bertemu. Di sana, ada permintaan dan penawaran antara penjual dan pembeli dan kemudian juga terjadi transaksi jual dan beli.
- 5) Menurut Atep Adya Barata Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli.

---

<sup>27</sup> Angkasawati, "Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 4 No. 1 (2021), 171

6) Menurut Atep, pertemuan ini tak harus terjadi secara langsung. Bisa saja melalui perantara atau bisa saja melalui media tertentu. Kemudian, usai pertemuan ini, ada pertukaran.<sup>28</sup>

Pasar dalam ilmu ekonomi adalah dimana saja terjadi transaksi antara penjual dan pembeli. barang yang ditransaksikan bisa berupa baranga apapun, mulai dari beras dan sayur-sayuran, sampai dengan jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi memiliki pasar sendiri-sendiri. Pasar beras, pasar sepatu, pasar sayur, pasar jasa angkutan termasuk kategori pasar output. Sedangkan pasar modal, pasar tenaga kerja, dll termasuk pasar input. Di masing-masing pasar terjadi transaksi pasar untuk barang yang bersangkutan. Dan apabila terjadi suatu transakai, maka ini telah terjadi suatu penjualan (antara pembeli dan penjual) mengenai harga transaksi dan volume transaksi bagi barang tersebut. Dua aspek transaksi inilah (yaitu harga dan volume) yang menjadi pusat perhatian para ahli ekonomi apabila ia menganalisa suatu pasar.<sup>29</sup>

Dalam ekonomi makro sendiri terdapat empat jenis pasar yang saling berhubungan satu sama lain, yaitu: Pasar Barang, Pasat Uang, Pasar Tenaga Kerja, dan Pasar Luar Negeri. Masing-masing pasar inipun bisa dibayang kan sebagai pertemuan antara permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Dalam pasar barang, permintaan

<sup>28</sup> Angkasawati, “Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung”, 173

<sup>29</sup> Boediono, *Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE-Yogtakarta, 2015), 43-45

(total dari masyarakat) akan barang dan jasa bertemu dengan seluruh barang dan jasa yang diproduksi (dan ditawarkan) oleh seluruh produsen dimasyarakat dalam satu periode. Dalam pasar uang, permintaan (atau kebutuhan) masyarakat akan uang (kartal dan giral) bertemu dengan jumlah uang yang beredar. Di pasar tenaga kerja, permintaan (kebutuhan) total akan tenaga kerja dari sektor dunia usaha dan permintaan bertemu dengan jumlah angkatan kerja yang tersedia. Sedangkan dalam pasar luar negeri, permintaan dunia akan hasil ekspor bertemu dengan penawaran dari hasil tersebut yang bisa disediakan oleh eksportir-eksportir kita. Di pasar yang sama permintaan masyarakat kita akan barang-barang impor dan volume impor.<sup>30</sup>

b. Ciri-ciri Pasar

- 1) Terdapat penjual dan pembeli.
- 2) Terdapat jasa maupun barang yang diperjual belikan.
- 3) Terdapat proses permintaan dan penawaran oleh penjual dan pembeli.
- 4) Terdapat proses transaksi oleh penjual dan pembeli baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

c. Klasifikasi Pasar

- 1) Pasar Tradisional, adalah suatu pasar dimana tempat tersebut merupakan bertemunya para penjual dan pembeli serta terdapat transaksi jual beli secara langsung serta pada umumnya terjadi

---

<sup>30</sup> Boediono, *Pengantar Ilmu Ekonomi No. 2 Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2014), 5-6

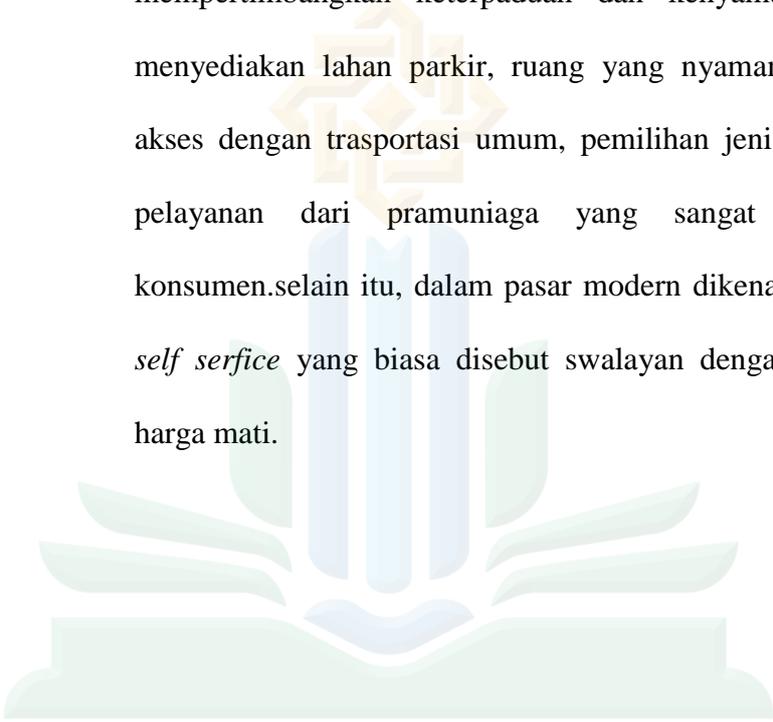
proses tawar-menawar. Bangunan dari pasar tradisional biasanya berupa los, kios-kios atau gerai, serta dasaran terbuka yang dibuka oleh para penjual ataupun dari pengelola pasar. Kebanyakan pasar tradisional menjual berbagai macam barang kebutuhan yang diperlukan sehari-hari, jasa, dan lain sebagainya. Pasar tradisional masih banyak ditemukan di daerah-daerah di Indonesia. Pasar tradisional sendiri mempunyai peran penting dalam memajukan pertumbuhan perekonomian di negara kita. Dengan adanya pasar tradisional masyarakat akan sangat senang dimana pasar tradisional banyak menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari tentunya dengan harga yang lebih terjangkau.<sup>31</sup>

- 2) Pasar Modern, Pada dasarnya tidak jauh berbeda dari pasar tradisional, namun pasar modern terdapat penjual dan pembeli yang tidak bertransaksi secara langsung melainkan konsumen atau pembeli melihat label harga yang terdapat dalam barang tersebut, berada dalam bangunan serta pelayanannya dilakukan secara mandiri atau swalayan dan dapat juga dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual tersebut, selain dari bahan makanan, terdapat juga barang lainnya yang dijual dan biasanya dapat bertahan lama. Contoh: minimarket, pasar

---

<sup>31</sup> Angkasawati, "Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 4 No. 1 (2021), 169

swalayan (supermarket), dan lain sebagainya.<sup>32</sup> Pasar moderen mengedepankan konsep profesionalisme dan kualitas layanan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Oleh karena, itu desain desain tata bangunan pasar modern sejak awal telah mempertimbangkan keterpaduan dan kenyamanan, dengan menyediakan lahan parkir, ruang yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilihan jenis barang, dan pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen. selain itu, dalam pasar modern dikenal juga konsep *self serfice* yang biasa disebut swalayan dengan manajemen harga mati.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>32</sup> Tri Joko Utomo, "Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional Dan Modern", *Fokus Ekonomi*, vol. 6 No. 1, (Juni, 2011), 124-125

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data penelitian kemudian dapat dibandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan.<sup>33</sup> Peneliti harus lebih dahulu mengetahui metod serta sistematika penelitian, sebelum peneliti melakukan proyek penelitian, jika peneliti ingin mengungkapkan kebenaran melalui suatu kegiatan ilmiah. Adapun dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik atau metode penelitian yang meliputi :

##### 1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif. Greswel menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi dalam situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (prespektif informan) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Bogdan dan Taylor dalam basrowi dan suwandi menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku

---

<sup>33</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rinaka Cipta 2002), 126

orang-orang yang di amati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dilakukan dengan menggunakan data empiris.<sup>34</sup>

Jenis penelitian yang di gunakan di sini adalah jenis penelitian deskriptif. Yaitu penelitian yang dilihat dari fakta dan kenyataan yang ada pada saat sekarang, serta memusatkan pada masalah aktual yang terjadi pada saat penelitian dilaksanakan. Seperti yang diungkapkan oleh Nasir yaitu sebagai berikut:

“metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu system pemikiran atau sesuatu pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini ialah untuk membuat deskriptif akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang terjadi”.

Penggunaan metode deskriptif ini didasarkan pada asumsi bahwa penelitian ini bermaksud untuk mendapat keterangan atau gambar secara *actual* dan *factual* terhadap gejala *social*. Tujuan dari metode ini agar penulis mampu mengungkapkan fenomena sosial secara rinci atau lebih mendalam lagi berdasarkan kenyataan yang terjadi dilapangan sehingga metode penelitian ini dianggap metode yang sangat fleksibel dan mampu digunakan untuk menggali informasi

---

<sup>34</sup> Lukas S. Musianto, “Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Kualitatif Dalam Metode Penelitian”, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 4 No. 2 (September, 2002), 125-127

sebanyak mungkin kepada subjek selama proses penelitian berlangsung.<sup>35</sup>

## 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian juga dapat diartikan sebagai jumlah responden yang akan diteliti. Pada penelitian ini subjek penelitian ditujukan kepada para pelanggan atau pembeli pakaian bekas di Pasar BABEBO Ajung Kabupaten Jember. Subjek penelitian kualitatif dipilih secara *Purposive*. Oleh karena itu subjek yang dipilih akan ditentukan langsung oleh peneliti yang berkaitan dengan masalah dan tujuan peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan *Accidental sampling*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara spontan pada masyarakat yang ditemui di lapangan yang didapati sedang membeli pakaian bekas. Teknik ini digunakan dengan alasan minimnya data yang didapat mengenai jumlah masyarakat yang membeli pakaian bekas.

## 3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menentukan tempat dimana hendak dilakukan penelitian. Penelitian sendiri biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, pariwisata, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Efrida Ryanita Sari, "Gaya Hidup Penggunaan Pakaian Bekas Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura", *Jurnal Sosiologi*, Vol. 5 No. 2 (Juni 2017), 2

<sup>36</sup> Helaludin Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik)*, Sekolah Tinggi Theolodia Jaffray 2019, Hal 46

Lokasi penelitian yang diambil disini berada di Pasar Pakaian Bekas BABEBO di Desa Ajung Kecamatan Mangli Kabupaten Jember. Dipilihnya pasar BABEBO yang ada di Desa Ajung ini karena pasar ini merupakan salah satu yang terbesar dan lengkap yang ada di Kabupaten Jember. Pasar ini juga merupakan yang banyak dikunjungi dan buka hampir setiap harinya dan juga terletak dilokasi yang cukup strategis diarea yang memang cukup ramai.

#### 4. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini akan diuraikan tehnik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Masing-masing harus dideskripsikan tentang data apa saja yang diperoleh melalui teknik-teknik tersebut.<sup>37</sup>

##### a. Wawancara

Menurut Gorden wawancara merupakan percakapan antara dua orang dimana salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk tujuan tertentu. Definisi menurut Gorden memang terlalu spesifik yaitu mencakup interaksi antara dua orang, yaitu *Interviewer* (pewawancara), dan *Interviewee* (orang yang diwawancarai) yang mana hanya salah satu pihak saja yang memiliki tujuan, sementara pihak lain seakan-akan tidak memiliki tujuan selain menjawab pertanyaan. Definisi diatas menyiratkan bahwa terdapat garis pembatas yang tegas antara *Interviewer* dan *Interviewee*, dimana seakan-akan kedudukan

<sup>37</sup> Helaludin Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik)*, 47

*Interviewee* lebih tinggi dan lebih penting di bandingkan *Interviewee*. Namun demikian, definisi ini tetap dibenarkan pada wawancara tertentu misalnya wawancara survei yang hendak menggali informasi berupa sikap individu atau masyarakat tentang suatu hal. Tetapi jika ditarik dalam ranah yang lebih luas seperti wawancara riset kualitatif, wawancara kerja, wawancara promosi jabatan, tentu saja definisi menurut Gorden ini tidak cukup memenuhi.<sup>38</sup>

Dalam penelitian ini dipilih tiga subjek penelitian yaitu :

- 1) Bapak Saleh selaku pedagang pakaian bekas.
- 2) Ibu Rahmawati selaku pedagang pakaian bekas.
- 2) Zalfahira, pembeli pakaian bekas.
- 3) Desi Ayuningtiyas selaku pembeli pakaian bekas.
- 4) Bapak Arifin sebagai pembeli pakaian bekas.

Tambahan informan akan menyesuaikan kembali saat melakukan wawancara langsung di lokasi Pasar BABEBO Ajung.

#### **b. Observasi**

Observasi adalah sebuah kegiatan yang terencana dan terfokus untuk melihat dan mencatat serangkaian perilaku ataupun jalanya sebuah sistem yang memiliki tujuan tertentu, serta mengungkapkan apa yang ada dibalik munculnya perilaku dan landasan suatu sistem tersebut.

---

<sup>38</sup>Umar Sidiq, Moh. Miftachul Choir, *Metode Penelitian Kualitatif Dibiidang Pendidikan*, (JL. Pramuka 139 Ponorogo, 2019), 59.

Observasi menurut Matthews and Ross menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data melalui indera manusia. Berdasarkan pernyataan ini, indera manusia menjadi alat utama untuk melakukan observasi. Seperti syarat sebuah perilaku yang diobservasi diatas yaitu dapat dilihat (dengan menggunakan indera penglihatan) dapat didengar (menggunakan indera pendengaran), ada pula objek observasi yang menggunakan indera perasa misalnya mengamati kenaikan suhu, dan lain sebagainya.

Definisi observasi disini yang dimaksud oleh Matthew and Ross diatas mengacu pada riset kualitatif, yaitu proses mengamati subjek penelitian beserta lingkungannya dan melakukan perekaman dan pemotretan atas perilaku yang diamati tanpa mengubah kondisi alami subjek dengan lingkungan sosialnya.<sup>39</sup>

### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen yang diteliti bisa berupa dokumen resmi seperti surat putusan, surat intruksi, sementara dokumen tidak resmi seperti nota, dan surat pribadi yang dapat memberikan informasi pendukung terhadap suatu peristiwa. Dalam penelitian kualitatif dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data

---

<sup>39</sup> Umar sidiq, moh. Miftachul choir, *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan*, 65-67.

yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara mendalam sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.<sup>40</sup>

## 5. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu usaha untuk menjabarkan suatu permasalahan atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan atau tatanan bentuk suatu yang dijabarkan itu nampak jelas dan dapat ditangkap dengan lebih terang atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.<sup>41</sup> Analisis data dilakukan mulai penetapan masalah, pengumpulan data, serta setelah data dikumpulkan. Dengan menetapkan masalah penelitian, peneliti sudah melakukan analisis terhadap masalah dalam berbagai prespektif dan metode yang digunakan.

Aktivias dalam analisis data yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan atau *conclusion drawing / verivication*.

### a. Reduksi Data (*data reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, di cari tema dan polanya.

### b. Penyajian (*data display*)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart*

<sup>40</sup> Umar Sidiq Moh. Miftachul Choir, *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan*, 73.

<sup>41</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, 331.

dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

c. Kesimpulan atau *conclusion drawing / verivication*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebenarnya belum ada temuan yang berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga di teliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori. Namun hasil ini masih bisa dibeli kembali atau kembali dilakukan reduksi *display* dan kembali akan menghasilkan konklusi, begitu seterusnya.<sup>42</sup>

## 6. Keabsahan Data

Penelitian menggunakan tehnik uji keabsahan data dengan menggunakan *Trianggulasi sumber*, yaitu untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-rata seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, yang spesifik dari ketiga sumber tersebut. Kemudian data yang dianalisis oleh peneliti akan menghasilkan kesimpulan yang dinyatakan dengan tiga sumber data, diantaranya:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

---

<sup>42</sup> Fahrurrohman Hamdani, "Strategi Minimarket (Alfamart Dan Indomart) Dalam Menambah Peluang Usaha Bagi UMKM di Kelurahan Kaliwates Kabupaten Jember", Institut Agama Islam Negeri Jember, Fakultas Rkonomi Dan Bisnis Islam, Juli 2021, 37-38

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan yang dikatan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandanag orang lain.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>43</sup>

Validasi adalah suatu alat ukur untuk validasi data, suatu alat ukur dikatakan valid jika alat ukur itu mengukur data yang sesuai dengan yang sebenarnya diukur dengan alat itu. Artinya, validasi data yaitu data yang telah dikumpul dan data yang dapat menggambarkan kenyataan yang ingin diungkapkan oleh peeliti.

## 7. Tahapan Penelitian

Dalam proses penelitian ini terdapat tiga tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti, yaitu tahapan pra lapangan, tahapan pekerjaan lapangan dan menulis laporan.

### a. Pra lapangan

Dalam tahapan ini peneliti telah menyiapkan hal yang dibutuhkan dalam penelitian dari pembuatan surat penelitian, menentukan objek penelitian, membuat fokus masalah, membuat teks wawancara, mencari buku rujukan, survey lapangan.

<sup>43</sup> Fahrurohim Hamdani, "Strategi Minimarker (Alfamart Dan Indomart) Dalam Menambah Peluang Usaha Bagi UMKM di Kelurahan Kaliwates Kabupaten Jember", 39-40

- 1) Menyusun rencana lapangan.
- 2) Memilih tempat penelitian.
- 3) Menyusun perizinan.
- 4) Memilih informan.
- 5) Menyediakan perlengkapan penelitian.

b. Lapangan.

Dalam tahapan ini peneliti menuju ke lapangan kemudian melakukan wawancara dengan pedagang serta pengunjung yang ada di pasar pakaian bekas BABEBO Ajung. Tujuan dalam tahapan ini untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan.

- 1) Memahami latar penelitian.
- 2) Memasuki lapangan penelitian.
- 3) Mengumpulkan data.
- 4) Menyempurnakan data yang belum lengkap.

c. Menulis Laporan.

Peneliti menyusun laporan dengan panduan buku pedoman penelitian, menyalin kembali hasil wawancara yang sudah diolah dengan baik, membandingkan data yang diperoleh dengan teori yang ada di buku.

- 1) Menganalisis data yang diperoleh.
- 2) Mengurus perizinan selesai penelitian.
- 3) Merevisi laporan yang sudah disempurnakan.

4) Menyajikan data dalam bentuk laporan.<sup>44</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>44</sup> Mohammad Faruz, “Analisis Etika Bisnis Dalam Memperoleh Laba Penjualan Dimasa Covid-19 (Studi Kasus Pada Bakso Pak Leo Mastrip Jember)”, UIN Khas Jember, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Desember 2021, 40

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Profil Pasar Babebo Ajung

Entah bagaimana asal muasal nama pasar Babebo ini muncul, konon ada yang mengatakan bahwa Babebo merupakan kepanjangan dari 'Baju Bekas Bos' ada pula yang menyebut 'Barang Bekas, Boleh'. Tetapi tidak ada yang mengetahui pasti apakah hal tersebut benar atau tidak. Pasar Babebo sendiri berawal dari masifnya barang-barang bekas dari luar negeri yang masuk di Indonesia. Barang bekas yang dimaksud disini seperti kemeja, jaket, celana, kaus, dll. Yang memiliki merek ternama dari luar negeri dengan kondisi barang yang masih bagus layak pakai dan harga yang terjangkau.

Pada mulanya salah satu warga melihat peluang itu dan akhirnya mencoba peruntungan untuk menjual pakaian bekas impor tersebut.

Rata-rata penjual di Pasar Babebo berasal dari satu kampung, mereka berasal dari Desa Bangsalsari, Kecamatan Bangsalsari, Jember. Awal mula pedagang yang membuka lapak di lokasi tersebut hanya beberapa kemudian bertambah menjadi semakin banyak dengan semakin banyak dan kini setidaknya sudah ada sekitar puluhan pedagang. Pasar Babebo ini buka setiap hari mulai pukul 08.00 wib sampai pukul 16.00 wib,

dan biasanya lebih ramai pengunjung saat hari sabtu maupun minggu.<sup>45</sup>

Pasar Babebo yang ada di Ajung Mangli Jember ini juga merupakan pasar pakaian bekas terbesar yang ada di Jember. Babebo juga merupakan produk khas Jember yang sempat fenomenal di kalangan anak-anak muda *hypebeast* Jember pada masanya. Tetapi saat ini Babebo sudah mulai menurun sensasi rasa dan kualitas kunjungannya. Bisa di lihat dari menurunnya *visitor per-day*.

## 2. Letak Geografis Pasar Babebo Ajung

Penelitian ini dilakukan di Pasar pakaian bekas Babebo di Dusun Karang Mluwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Sebelah Timur atau depannya Spbu Mangli.<sup>46</sup>

## 3. Visi dan Misi Pasar Babebo

**Tabel 4.1**  
Visi Misi Pasar Babebo

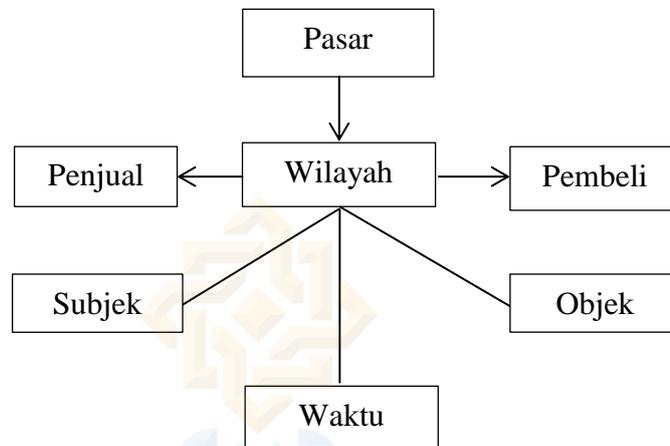
Adapun Visi dan Misi yang di gunakan di Pasar Babebo adalah sebagai berikut:

Visi	Misi
Menjadi tempat penjualan pakain bekas yang berkualitas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan kepuasan kepada pelanggan.</li> <li>• Menyediakan pakaian bekas layak pakaidan berkualitas.</li> </ul>

<sup>45</sup> Saleh, wawancara, jember, 10 september 2022

<sup>46</sup> Saleh, wawancara, Jember, 10 september 2022.

#### 4. Struktur Pasar Babebo Ajung



#### B. Penyajian Data dan Analisis

Pada bagian ini akan memuat uraian mengenai data dan temuan yang diperoleh oleh peneliti sesuai dengan metode dan prosedur yang terdapat dalam bab metode penelitian. Hasil analisis data yang ditemukan oleh penelitian ini kemudian akan disajikan dalam bentuk deskripsi sesuai dengan fokus masalah.<sup>47</sup>

##### 1. Pola Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Babebo Ajung Kabupaten

###### Jember

Seperti yang di sampaikan oleh bapak Saleh selaku pedagang di Pasar Babebo dalam wawancaranya sebagai berikut:

“kalau barang disini kita ambilnya di surabaya kalo nggak ya bali, disana wes ada jurangnya jadi kita tinggal telfon terus kita transfer uangnya barang bakal langsung di kirim jadi enak wes mbak. Barangnya ini banyaknya dari korea, china, sama jepang. Biasanya kita ambil barangnya per karung itu nggak campur mbak jadi pisah-pisah gitu. Kayak baju anak

<sup>47</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penelitian, 76.

sendiri, kemeja, kaos, celana itu sendiri pisah-pisah gitu isinya kayak baju dewasa gitu jadi gk campur isinya. Makanya modalnya besar mbak soalnya kan jenis barangnya di sendirikan, enak kalo barangnya itu campur jadi gak terlalu besar modalnya”.<sup>48</sup>

Dari hasil wawancara di atas bersama Bapak Saleh menyampaikan bahwa pedagang mengambil barang dagangannya melalui suplayer yang memang menjembatani pedagang untuk mengambil barang berupa pakaian bekas impor tersebut. Pakaian yang di sediakan oleh suplayer sendiri merupakan pakain impor yang memang sudah di pilah dan di pisahkan berdasarkan jenis pakaiannya, sehingga tidak bercampur dengan jenis pakaian lainnya. Hal ini juga yang membuat pedagang tidak bisa hanya mengambil satu atau dua karung saja, karena pedagang harus membeli beberapa jenis pakaian yanga harus mereka beli dari suplayer tersebut. Hal itulah yang membuat Pedagang harus mengeluarkan modal lebih banyak lagi.

Seperti yang di sampaikan juga oleh ibu Rahmawati sebagai pedagang di Pasar Babebo dalam wawancaranya sebagai berikut:

“Lek biasanya saya ambil barangnya itu mbak pasti gak sedikit, gak cuman satu apa dua karung tok mbak soalnya kan itu tadi isi karung nya nggak acak gak campur jadi biasanya kita pesan sesuai sama apa yang penegen kita ambil, kita tambah apa barangnya. Kan sendiri-sendiri itu jenisnya. Biasanya juga kita kalo nentukan harganya lihat barangnya kayak gimana sama lihat biaya kula’anya seberapa. Jadi biasanya kita pilih-pilih lagi, kalo bagus dan mereknya bagus biasanya kita jual mahal sesuai sama barangnya bagaimana. Biasanya kisaran harganya itu mulai dari Rp. 30.000-Rp.300.000., tapi ya mabk kalo barang bongkaran lama itu ya bisanya kita jual murah mbak, tapi kalo barang baru bongkar

<sup>48</sup> Saleh, wawancara, Jember, 10 september 2022

itu biasanya ya di jual mahal sesuai sama barangnya mbak. Biasanya rame nya itu hari sabtu minggu itu, Kalo pendapatanya saya biasanya kalo pas rame itu bisa dapet Rp.500.000-Rp.1 juta”.<sup>49</sup>

Dari hasil wawancara di atas bersama ibu Rahmawati disampaikan bahwa dalam pembelian baju oleh pedagang memang dilakukan dengan pola pengambilan barang sesuai dengan jenis yang sudah di sediakan oleh suplayer dalam satuan karung yang ada, karena memang seperti yang di jelaskan sebelumnya bahwa biasanya barang dipisahkan sesuai dengan jenis pakaian. Seperti juga yang disampaikan oleh bu Rahmawati, Dalam menentukan harga pakaian bekas yang akan dijual dilihat dari jenis model, kualitas barangnya serta berapa harga pedagang saat mengambil barang tersebut di suplaiyer. Beliau juga menyampaikan bahwa biasanya saat barang tersebut merupakan barang yang sudah lama atau telah di bongkar lama mereka akan menjual dagangan mereka dengan harga yang lebih murah, dibandingkan dengan barang yang baru di bongkar atau barang yang baru masuk dengan jenis dan model yang baru dengan kisaran harga jual mulai dari Rp. 30.000 s/d Rp. 300.000 bahkan bisa lebih. Bu rahmawati juga menyampaikan bahwa pendapatannya jika sedang ramai pengunjung beliau bisa mendapatkan sekitar Rp. 500.000 s/d Rp. 1.000.000, dan saat ramai pengunjung biasanya pada hari sabtu dan minggu saat hari libur biasanya di dominasi oleh mahasiswa.

---

<sup>49</sup> Rahmawati, jember, 15 september 2022

## **2. Rasionalitas ekonomi pembelian pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember.**

Seperti yang di sampaikan oleh Desi Ayuningtias sebagai pembeli pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung, juga merupakan mahasiswa di Universitas Politeknik Jember:

“tau pasar babebo ini dari temen, awalnya kesini di ajak lihat-lihat aja sama temen terus jadi pengen coba buat pilih-pilih juga ternyata ada yang cocok juga sama barangnya pas coba Tanya harganya cocok juga sama barangnya juga bagus tidak terlalu mahal untuk baju yang kualitasnya bagus menurut saya. Pilihannya juga macam-macam sekali mbak sebenarnya, kalau mau cari yang agak mahal dengan kualitas lebih bagus juga ada di sini juga ada baju baru yang bukan bekas maksudnya. Meskipun kayak gitu juga masih bisa di tawar dengan harga yang lebih murah dari pada kayak di toko gitu. Intinya mah lebih hemat di kantong mahasiswa kayak kita gini ya, dan juga bisa buat padu padankan gaya berpakaianya.”<sup>50</sup>

Dari hasil wawancara di atas bersama Desi Ayungtias sebagai pembeli pakaian bekas di Babebo sekaligus Mahasiswa disampaikan bahwa, pada awalnya Desi datang ke pasar Babebo ini karena di ajak oleh temannya kemudian mulai tertarik untuk melihat-lihat kemudian membeli pakaian bekas. Memilih membeli pakaian bekas di pasar Babebo ini karena menurutnya banyak baju bekas yang masih layak dan bagus untuk di beli dengan model yang bervariasi serta juga dengan beberapa merek pakaian yang cukup terkenal. Baju bekas di pasar Babebo memiliki harga yang cukup bervariasi sesuai dengan modelnya serta harga yang bisa ditawar, memang semua baju bekas yang dijual

<sup>50</sup> Desi Ayuningtias, wawancara, Jember, 15 September 2022

tidak selalu murah namun juga cukup terjangkau untuk jenis pakaian yang memiliki merk terkenal kualitas baju bekas yang di miliki juga masih bagus untuk dijual kembali. Harga yang cukup terjangkau juga merupakan menjadi alasannya untuk membeli baju bekas ini, terutama bagi Desi yang merupakan seorang mahasiswa.

Seperti yang disampaikan oleh Zalfahira Mahasiswa dari Universitas Islam Jember sebagai pembeli pakaian bekas di Pasar Babebo:

“seperti yang ditau ya mbak kalau kualitas baju bekas pasti jelas beda dengan baju baru yang di jual di toko. Jelas sudah bekas tapi juga ada yang bagus dan masih layak untuk dipakai. Pasti juga ada baju yang sudah jamur warnanya juga udah luntur yang dibawah standar gitu juga ada. Ya pandai-pandai pilih bajunya aja sih kalau mau beli baju bekasnya, banyak juga yang bagus. Saya sering sih mbak beli baju disini karena memang ya cari model juga bajuyang merek yang bagus disini pastinya dengan harga yang lebih muran daripada yang baju barunya. Lumayan kan mbak ketimbang beli baru dengan merek yang sama kan pasti mahal itu, kita mahasiswa kan juga suka yang murah dan sesuai dengan kantong kita.”<sup>51</sup>

Dari hasil wawancara bersama Zalfahira sebagai pembeli pakaian bekas juga menyampaikan bahwa, pakaian bekas memang jelas memiliki kualitas baju yang tidak sebgus baju baru dari toko dengan kualitas yang jelas berbeda dengan baju yang masih baru. Zalfahira juga mengatakan sebagai pembeli pakaian bekas harus pandai memilih dan memilah dengan teliti baju bekas yang akan dibeli juga merupakan hal yang wajib dilakukan karena terkadang ada baju bekas yang dijual

<sup>51</sup> Zalfahira, wawancara, Jember, 15 September 2022

dalam kondisi yang bagus dan layak untuk dibeli juga ada saja baju yang kualitasnya kurang bagus untuk dijual kembali. Harga yang lebih murah dari pada baju baru dengan merk yang sama juga menjadi alasannya untuk membeli baju bekas di pasar Babebo ini. baju bekas dengan model pakaian dan juga bahan yang tergolong bagus dengan harga yang murah menjadi salah satu alternatif untuk menunjang gaya berpakaian apalagi untuk mahasiswa seperti dirinya.

Dalam wawancara lain dengan Arifin sebagai masyarakat biasa sekaligus peminat pakaian bekas mengatakan:

“klambih didinak kabih (baju dinini semua) dari luar negri kualitasnah mapan harganah murah (kualitasnya bagus dan harganya murah) saya suka lihat-lihat disini beli juga kalau bedeh (ada) model yang bagus. Pokoknya kalo kesini itu harus jeli itu kalo pilih-pilih lumayan bisa buat ganti-ganti buat baju kerja dan hari-hari kan ya mbak”<sup>52</sup>

Seperti yang disampaikan oleh bapak arifin selaku masyarakat serta peminat pakaian bekas, beliau menyampaikan bahwa baju bekas merupakan kebanyakan baju yang di impor dari luar negeri dengan kualitas barasng yang bagus serta kemudian di jual dengan harga yang murah, tak jarang juga baju bekas tersebut memiliki model yang bagus dan unik yang memang jarang dimiliki. Hal itu juga yang menjadi alasan dari bapak aripin untuk membeli pakaian bekas selain harga murah dan kualitas yang bagus untuk ukuran baju bekas, yang pasti pembeli juga harus telitih dalam memilih pakaian yang akan dibeli karena bagaimanapun pakaian yang di jual itu bekas bukan baru pasti

<sup>52</sup> Aripin, wawancara, Jember, 5 Oktober 2022

ada saja kekurangan dari pakain tersebut. Beliau juga menyampaikan baju bekas yang masih bagus dan model yang bagus biasa untuk keperluan pakaian untuk bekerja dan baju untuk sehari-hari pastinya.

Alasan lain pengunjung membeli pakaian bekas adalah karena pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti yang disampaikan oleh Nurul Hayati dari masyarakat biasa mengatakan :

“Saya awalnya bukan orang yang suka memakai barang bekas atau bukan orang yang suka membeli pakaian bekas malahan saya tidak pernah mengenal apa itu pasar babebo dengan seiring berjalannya waktu saya sering melihat penampilan teman-teman saya berbelanja dibabebo dan saya diajak oleh teman saya sehingga sayapun tertarik untuk melihat-lihat awalnya, dan kata teman saya barang atau pakaian yang ada di pasar babebo ini sekalipun bekas pakai tetapi masih bagus kualitasnya, dan banyak barang yang ber merek murah harganya, banyak pilihannya kalau kita punya uang seratus ribu bisa dapat baju tiga lembar. Saya itu awalnya malu mbak mau pakai baju bekas gitu tapi lihat temen-temen kok bagus-bagus bajunya sekalipun bekas jadi saya mau nyoba belanja disana eh ternyata memang bagus-bagus kualitasnya sekalipun pakaiannya bekas pakai”<sup>53</sup>

Seperti yang disampaikan oleh oibu nurul hayati di atas bahwa faktor lingkungan dan teman juga mendaji salah satu alasan masyarakat akhirnya mengetahui dan mengenal pakaian bekas, mereka yang awalnya tidak tahu bahkan tidk tertarik sama sekali dengan pakaian bekas kemudian mengenal dan mengetahui tentang baju bekas yang di jual di pasar Babebo tersebut. Dario situ kemudian bu nurul mulai mencoba untuk memcoba mecari tahu dan mulai membeli pakaian

<sup>53</sup> Nurul Hayati, wawancara, Jember, 5 oktober 2022

bekas karena rasa penasaran beliau saat melihat teman-temannya yang lebih dulu mengenal pakaian bekas karena di rasa pakaian yang dijual memiliki model yang menarik. Kemudian saat mencoba untuk membeli pakaian bekas ternyata menurut beliau pakaian yang dijual memiliki harga yang cukup terjangkau dengan model dan kualitas yang bagus yang terpenting harus pandai dalam memilih dan memilah pakaian dan juga harus bisa untuk menawar, karena biasanya jika beruntung akan bisa mendapatkan pakaian bekas yang kualitasnya masih bagus dengan merk pakaian yang bagus serta dengan harga yang terjangkau pastinya.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi serta analisis data yang telah dilaksanakan dan berpedoman pula pada fokus masalah, maka pada bagian ini peneliti akan membahas temuan-temuan di lapangan.

#### **1. Pola Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember**

Pakaian bekas merupakan pakaian yang sudah pernah dipakai oleh orang lain namun masih layak untuk digunakan kembali. Pakaian bekas sendiri biasanya diperoleh dari luar negeri seperti Korea, Malaysia, singapur dan sebagainya yang pastinya memiliki harga yang

lebih murah dari pada baju yang baru.<sup>54</sup> Seperti yang telah disampaikan oleh pedagang dalam wawancara di atas, Pembelian pakaian bekas yang dilakukan oleh pedagang atau membeli pakaian pada *suplaiyer* dilakukan dengan memesan terlebih dahulu lalu kemudian pesanan akan dikirim dalam bentuk bal pakaian atau karung yang isinya sudah dalam bentuk pilahan sesuai dengan jenis pakaian tertentu, terkadang juga dalam bentuk campur di jenis yang ada didalamnya tidak hanya pakain ada juga seperti topi celana dan laiannya, kemudian dengan memilah-milah pakaian bekas yang ada penjual akan memilah kualitas serta menentukan harga yang akan dibandrol dibarang tersebut. Harga yang tertera paling murah bisa mencapai Rp. 30.000 bahkan bisa lebih murah lagi tergantung pada kualitas serta jika pembeli bisa pandai-pandai dalam menawar, harga paling mahal bisa dibandrol dengan harga sampai ratusan ribu.

Pola pembelian pakaian bekas terjadi di pasar Babebo ini sendiri sebenarnya lebih ramai saat hari libur seperti sabtu dan minggu, sedangkan pada hari-hari biasa bukan hari libur jumlah pembeli tidak terlalu banyak. Meskipun saat ini jumlah peminat atau pembeli pakaian bekas sudah tidak sebanyak dulu. Pola pembelian di pasar Babebo ini tidak menentu jumlahnya, karena meskipun sudah banyak outlate maupun toko-toko yang pastinya menjual barang yang lebih bagus peminat pakaian bekas bermerk ini masih ada dari berbagai kalangan.

---

<sup>54</sup> Andi Mulyan dan Akhmad Muzakkir, "Motivasi Konsumen Membeli Pakakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, Vol. 5 No. 3 (Juli 2021). 3

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pola pembelian pakaian bekas yaitu seperti faktor lingkungan, ekonomi, pekerjaan dan pemilihan tempat belanja. Dari faktor-faktor tersebutlah kemudian masyarakat belajar untuk bagaimana cara berpakaian maupun membelanjakan pakaian tersebut.

## **2. Rasionalitas ekonomi pembelian pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupeten Jember**

Rasionalitas adalah anggapan yang memungkinkan kita untuk membuat pilihan-pilihan berdasarkan standar-standar logis, dan tidak akan secara sengaja membuat keputusan yang akan menjadikan mereka lebih buruk.<sup>55</sup> Sebuah keputusan yang rasional adalah salah satu yang tidak hanya beralasan, tetapi juga optimal untuk mencapai tujuan atau memecahkan masalah. Pembelian pakaian bekas di Babebo ini terdiri dari berbagai kalangan namun lebih didominasi oleh kalangan mahasiswa yang memang mencari baju bekas dengan kualitas dan juga merek dan model pakaian bagus tetapi dengan harga yang lebih terjangkau dari pada harga baju barunya, yang memang sesuai dengan kemampuan ekonomi mahasiswa umumnya, juga dari lokasi pasar Babebo ini pun dekat dengan area kampus serta diarea yang cukup ramai. Tidak hanya di kalangan mahasiswa saja peminat pakaian bekas sebenarnya juga datang dari masyarakat yang beragam dari masyarakat biasa sampai masyarakat menengah ke atas. Meskipun

---

<sup>55</sup> Nisa ul Karimah, "Motivai Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru", skripsi universitas riau, 3.

demikian pembeli harus juga lebih teliti dalam memilih pakaian bekas tersebut, karena tidak semua pakain bekas dalam kondisi yang bagus.

Hal atau indikator lain yang menjadi alasan mereka memilih membeli pakain bekas di Babebo ini selain harga dan juga merk, pembeli juga melihat tujuan serta nilai dari membeli pakaian bekas itu sendiri. Pembeli yang terdiri dari beberapa kalangan serta kemampuan ekonomi yang beragam ini memilih pakaian bekas ini dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam berpenampilan serta *fashion* yang memang kekinian yang memang biasanya bisa untuk dipadupadankan dengan bermacam gaya serta kebutuhan dari gaya berpenampilan itu sendiri. Diketahui juga faktor ekonomi dari pembeli pakaian bekas ini didominasi oleh para mahasiswa namun juga ada beberapa dari kalangan masyarakat biasa serta menengah yang memang meminati prodak pakaian bekas ini, mereka biasanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan pertemanan serta pembeli juga banyak melihat pakaian pakaian bekas itu dari harga, model, serta merk pakaian itu sendiri.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan dari penelitian tersebut sebagai berikut. Babebo merupakan alternatif lain bagi masyarakat untuk memenuhi akan kebutuhan sandang, Rasionalitas sendiri dapat dilihat dan dilakukan oleh pembeli adalah berdasarkan merk, harga yang murah, dan juga kualitas ada di Babebo sehingga pembeli akan melakukan pembelian secara terus menerus untuk berburu merk dengan harga yang murah. Bagi pembeli yang gemar dengan barang bermerk Babebo merupakan tujuan utama mereka akan sering berkunjung untuk mencari pakaian, celana, topi, dan lain-lainnya. Faktor lingkungan, ekonomi dan pekerjaan juga yang mempengaruhi rasionalitas perilaku pembelian pakaian bekas. Maka dari itu perilaku diatas menimbulkan suatu rasionalitas ekonomi terhadap pembelian pakain bekas Babebo yang mana pembeli bukan hanya dari golongan ekonomi menengah ke bawah tetapi juga dari dari golongan ekonomi menengah ke atas, yang mana mereka membeli Babebo sebagai pemenuhan akan kebutuhan sandang bagi peminat pakaian bekas di Pasar Babebo.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di Pasar Babebo, ada beberapa hal yang dapat di pertimbangkan sebagai masukan sebagai masukan yang bertujuan untuk kemajuan pasar Babebo Ajung sebagai berikut:

1. Agar konsumen lebih teliti dalam memilih dan membeli pakain bekas supaya mendapatkan pakaina yang layak pakai atau sesuai dengan selera. Agar memcuci terlebih dahulu pakaian bekas yang di beli sebelum di pakai agar tidak kena wabah penyakit yang ada dipakaian bekas tersebut.
2. Saran untuk pemerintah agar lebih mendukung usaha kecil para penjual pakain bekas agar lebih berkembang lagi, pemerintah juga harus memperhatikan lagi status legal dan ilegal untuk pakaina bekas ini serta memberi perlindungan kepada penjual serta pembeli pakaian bekas. Seperti dalam Pasal 47 ayat (1) UU perdagangan yang menyebutkan bahwa barang impor harus dalam kondisi baru serta peran pemerintah dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen pakaian bekas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adip, Achmad dan Grendi. 2016. *Perlindungan Di Balik Pakaian Bekas Awul-Awul: Telaah Sosiologis Gaya Hidup Remaja Kota Yogyakarta Dalam Mengkonsumsi Pakaian Bekas*. Jurnal Pendidikan Sosiologi.
- Angkasawati. 2021. *Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolang Tulungagung*. Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Vol 14 No 1
- Awalia, Nur. 2019. *Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)*. Skripsi IAIN Parepare.
- Boediono. 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi No. 2 Ekonomi Makro*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Boediono. 2015. *Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Dewi, Ni Made Indah Krisna Dewi, Dkk. 2020. *Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar*. Jurnal Implementasi Hukum. Vol. 1 No. 1.
- Dwiyantoro, arik dan Sugeng Hariyanto. 2014. *Fenomena Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas*. Paradigma. Vol. 02 No. 03.
- Fariz, Muhammad. 2021. *Analisis Etika Bisnis Dalam Memperoleh Laba Penjualan Dimasa Covid-19 (Studi Kasus Pada Bakso Pak Leo Mastrip Jember)*. Skripsi UIN Khas Jember.
- Halaludin, Hengki Wijaya. 2019. *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktik)*. Sekolah Tinggi Theologia Jeffray.

- Hamdani, Fahrurrohman. 2021. *Strategi Minimarket (Indomaret dan Alfamart) dalam Menambah Peluang Usaha bagi Umkm di Kelurahan Kaliwatis Kabupaten Jember*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Jember, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Hasnah, Saripah. 2019. *Penerapan Etika Konsumsi Masyarakat Terhadap Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Losari Kecamatan Mantikulore)*. Skripsi IAIN Palu.
- Karimah, Nisa ul. 2014. *Motivasi Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Senapelan Pekanbaru*. Skripsi Universitas Riau.
- Mujadid, Dkk. 2022. *Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Cakar) Di Kota Makassar*. Jurnal Sinar Manajemen. Vol. 9 No. 1. 136-141
- Mulyan, Andi dan Akhmad Muzakkir. 2021. *Motivasi Konsumen Dengan Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram*. Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan. Vol. 5 No.3.
- Musianto, Lukas S. 2002. *Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian*. Manajemen & Kewirausahaan. Vol. 4 No. 2.
- Nasution, Zuriyah. 2018. *Pedagang Pakaian Seken (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjungbalai, Sumatra Utara)*. Skripsi Universitas Sumatra Utara.
- Ngasifudin, Muhammad. 2017. *Rasionalitas Dalam Ekonomi Islam*. Ekonomi Syariah Indonesia. Vol.VII No. 2.
- Niyasari, Dyas Ayu. 2015. *Kesantunan Bahasa Dalam Interaksi Jual Beli Di Pasar Babebo Kabupaten Jember*. Skripsi Universitas Jember.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2014. *Ekonomi Islam*. PT. RajaGrafindo Persada.

- Rorong, Gitania A. 2021. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan*. Jurnal Productivity. Vol. 2 No. 3
- Safina, Alida dan Nofal. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Pakaian Bekas Di Kota Kendari*. Manajemen dan Keuangan. Vol. 01 No. 01.
- Saraswati, Dhien. 2018. *Hubungan Antara Gaya Hidup Branminded Terhadap Intensi Pembeli Pakaian Bekas Pada Remaja Dikota Malang*. Skripsi Universitas Brawijaya, Malang.
- Sari Elfrida Ryanita. 2017. *Gaya Hidup Pengguna Pakaian Bekas Di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura*. Jurnal Sosiologi. Vol. 5 No. 2
- Sepriana, Hasibuan. 2020. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pada Masyarakat Laguhanbatu Selatan*. Skripsi IAIN Padangsidempuan.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choir. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Dibidang Pendidikan*. JL. Pramuka 139 Ponorogo.
- Silalahi, Rudi Yanto Batara, dan Letanli ayu. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Tempat Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari*. Manajemen dan akuntansi. Vol. 2 No. 1
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian (Mixed Methods)*. Bandeng: Alfabeta.
- Utomo, Tri Joko. 2011. *Persainagn Bisnis Ritel: Tradisionsl Vs Modern*. Focus Ekonomi. Vol. 6 No. 1
- Wahyu, Yesi Indra. 2018. *Faktor-Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian)*. Skripsi Universitas Sanata Dharma.

Wardhana, Fitri Diah. 2018. *Factor-Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas Di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro*. Skripsi IAIN Metro.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER PENELITIAN	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Rasionalitas Ekonomi Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasionalitas</li> <li>2. Pasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Informasi</li> <li>b. Komunikasi dari mulut kemulut</li> <li>c. Hubungan konsumen-produk</li> </ol>	Informan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pedagang pakaian bekas pasar Babebo</li> <li>• Pembeli pakaian bekas pasar Babebo</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan dan Jenis Penelitian                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pendekatan Kualitatif</li> <li>b. Jenis Penelitian deskriptif</li> </ol> </li> <li>2. Subjek Penelitian                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. purposive</li> </ol> </li> <li>3. Teknik Pengumpulan Data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Wawancara</li> <li>b. Observasi</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> </li> <li>4. Teknik analisis data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Deskriptif</li> </ol> </li> <li>5. Keabsahan Data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Triangulasi Sumber</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>A. Bagaimana pola pembelian pakain bekas di pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember?</li> <li>B. Bagaimana rasionalitas ekonomi pembelian pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember?</li> </ol>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : St Fatimatuz Zahroh  
Nim : E20172118  
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini yang berjudul “Rasionalitas Ekonomi Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember” adalah hasil/karya saya sendiri kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 30 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



St Fatimatuz Zahroh  
NIM. E20172118

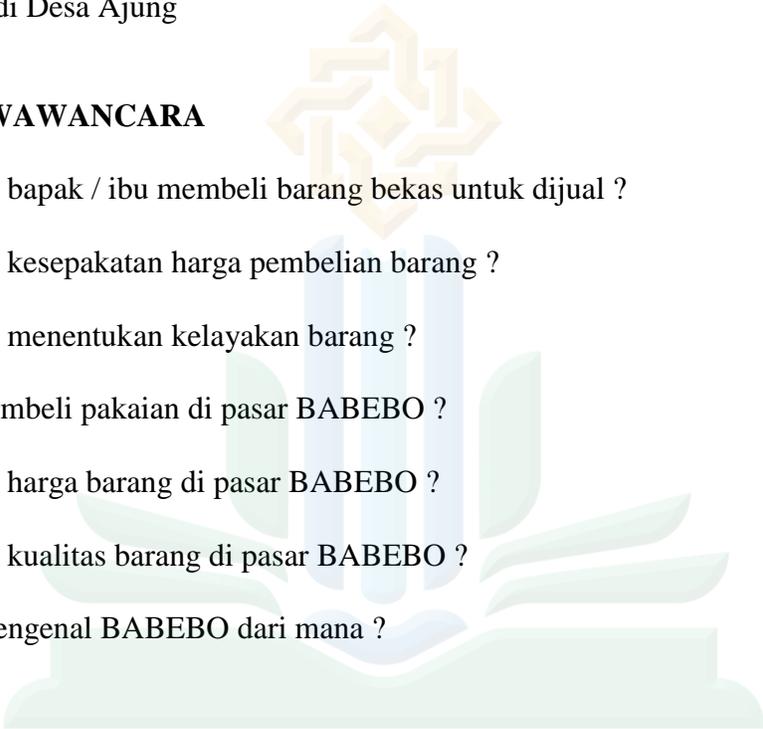
## **PEDOMAN PENELITIAN**

### **A. PEDOMAN INTERVIEW**

1. Untuk mengetahui bagaimana pola pembeli pakaian bekas di pasar BABEBO di Desa Ajung
2. Untuk mengetahui bagaimana rasionalitas ekonomi pembeli pakaian bekas di pasar BABEBO di Desa Ajung

### **B. PEDOMAN WAWANCARA**

1. Bagaimana bapak / ibu membeli barang bekas untuk dijual ?
2. Bagaimana kesepakatan harga pembelian barang ?
3. Bagaimana menentukan kelayakan barang ?
4. Kenapa membeli pakaian di pasar BABEBO ?
5. Bagaimana harga barang di pasar BABEBO ?
6. Bagaimana kualitas barang di pasar BABEBO ?
7. Pembeli mengenal BABEBO dari mana ?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B-342 /Un.22/7.a/PP.00.9/05/2022  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

23 Mei 2022

Kepada Yth.  
Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar BABEBO  
Jl. Otto Iskandarinata, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten. Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : St. Fatimatuz Zahroh  
NIM : E20172118  
Semester : X (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syari'ah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Rasionalitas Ekonomi Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar BABEBO Ajung Kabupaten Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Dekan  
Dekan Bidang Akademik,

  
Abdul Widyawati Islami Rahayu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



**SURAT KETERANGAN**

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : St Fatimatuz Zahroh  
NIM : E20172118  
Semester : XIV (Empat Belas)  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Rasionalitas Ekonomi Pembeli Pakaian Bekas di  
Pasar BABEBO Ajung Kabupaten Jember

Telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 01 Juni 2022 – 20 April 2024 dengan mengambil data dari Pasar BABEBO Ajung Kabupaten Jember.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Mei 2024  
A.n. Dekan  
Plt Ketua Jurusan Ekonomi Islam

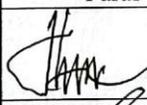
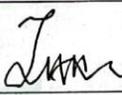
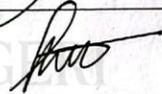
**Dr. Hj. Nurul Setianingrum, M.M**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : St Fatimatuz Zahroh  
Nim : E20172118  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Semester : XIV  
Judul : Rasionalitas Ekonomi Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Babebo  
Ajung Kabupaten Jember

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1	1 Juni 2022	Melakukan izin penelitian dan observasi lokasi penelitian di Pasar Babebo	
2	10 September 2022	Melakukan wawancara kepada bapak Saleh selaku pedagang pakaian bekas di Babebo	
3	15 September 2022	Melakukan wawancara bersama Ibu Rahmawati selaku pedagang di Pasar Babebo	
4	15 September 2022	Melakukan wawancara kepada Desi Ayuningtias selaku pembeli pakaian bekas di Pasar Babebo	
5	15 September 2022	Melakukan wawancara bersama Zalfahira selaku pembeli pakaian bekas di Pasar Babebo	
6	5 Oktober 2022	Melakukan wawancara dengan Bapak Aripin selaku pembeli pakaian bekas.	
7	5 Oktober 2022	Wawancara dengan ibu nurul hayati selaku pembeli pakaian bekas di pasar babebo	

Jember, 10 Oktober 2022

Penulis



St Fatimatuz Zahroh

## DOKUMENTASI

### Lokasi Penelitian



UNIVERSITAS NEGERI  
KIAI HAJJAH MAD SIDDIQ  
JEMBER



Wawancara



UNIVERSITAS NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



UNIVERSITAS  
KIAI HAJJACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

**SIDANG SKRIPSI**

**14 Juni 2024**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

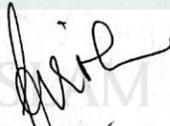
Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : St Fatimatuz Zahroh  
NIM : E20172118  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Rasionalitas Ekonomi pembeli pakaian bekas di Pasar Babebo Ajung Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 29 Mei 2024  
Operator Aplikasi DrillBit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Luluk Musfiroh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER





## BIOGRAFI PENULIS



Nama : St Fatimatuz Zahroh

Nim : E20172118

Tempat, tanggal Lahir : Jember 15 Januari 1998

Alamat : Dusun Karanganyar RT/RW: 03/10 Desa Karangrejo kec.  
Gumukmas Kab. Jember

Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Agama : Islam

No. Hp : 081231997495

Email : stfatimatuzzahroh98@gmail.com

Riwayat Pendidikan : 1. SDNU Karangrejo 1  
2. MTS Darul Ulum  
3. SMK PLUS Mujahidi  
4. Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember