

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Agama ialah suatu yang berhubungan dengan kepercayaan (*belief*) yang memang dimiliki oleh seseorang baik individu atau kelompok masyarakat¹. Agama bisa dipahami sebagai suatu keyakinan yang mencakup aspek hukum, etika, dan budaya. Agama juga dapat menjadi wujud kepercayaan manusia terhadap hal-hal gaib yang secara tidak langsung menyertai manusia dalam berbagai bidang kehidupan. Menurut para ahli sosiologi hubungan individu dan kelompok mempunyai hubungan yang sangat berpengaruh dan juga saling menguntungkan terhadap seluruh faktor yang ikut serta dalam struktur sosial dimasyarakat².

Adapun keberagamaan berasal dari kata “agama” yang memiliki arti ajaran atau sistem yang mengatur keimanan atau kepercayaan (keyakinan) dan peribadatan kepada Tuhan. Beragama berarti dengan memeluk atau bisa disebut juga menjalankan agama. Keberagamaan juga muncul dari sebuah kesadaran diri sendiri untuk melakukan atau melaksanakan ajaran agamanya masing-masing seperti halnya keberagamaan seseorang bisa ditinjau dari ekspresi keagamaannya baik itu berupa tindakan, sikap, perkataan yang mendorong seseorang bertingkah laku sesuai dengan agamanya³.

Nilai-nilai keagamaan ialah suatu keyakinan seperti halnya: ibadah, pengamalan, serta pengetahuan atau praktik keagamaan. Selain itu nilai-nilai keberagamaan dapat diartikan sebagai seperangkat keyakinan dan norma yang berasal dari ajaran agama yang mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan interaksi sosial individu. Menurut beberapa sumber, nilai-nilai ini tidaklah hanya berhubungan dengan aspek spiritual, akan tetapi dengan etika dan moral yang

¹ Clifford Geertz, *Kebudayaan Dan Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 1992).

² Ali Amran, “Peranan Agama Dalam Perubahan Sosial Masyarakat,” *Hikmah* 2, no. 1 (2015): 23–39, [http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/269/1/Ali Amran.pdf](http://repo.iain-padangsidempuan.ac.id/269/1/Ali%20Amran.pdf).

³ Niswah Nurnajihah, “Keberagamaan Pedagang Pasar Senaken Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser,” 2023.

menjadi landasan dalam berinteraksi dengan orang lain, terutama dalam konteks pluralisme agama⁴.

Diera zaman yang modern ini tentu saja banyak yang mempengaruhi gaya hidup dan gaya berpakaian. Adapun gaya hidup yang modern ini merupakan hasil dari proses interaksi sosial terhadap lingkungannya. Selain itupun trend inipun terkandung didalam kamus *besar bahasa Indonesia (KBBI)*, yang bergaya mutakhir atau bisa juga disebut bergaya modern. Adapun menurut definisi ialah suatu hal yang sedang populer atau yang sedang dikagumi atau digemari oleh banyak masyarakat serta banyak dipakai pada waktu tertentu dan inipun bisa jadi naik maupun turun dalam kurun waktu dekat. Disetiap zamannya tentu saja memiliki trendnya masing-masing karena sifatnya itu hanyalah sementara dan tidak bergerak⁵.

Thrift dalam Bahasa Inggris mempunyai arti penghematan, yang dimana mungkin sebagian masyarakat bertujuan untuk melakukan kegiatan *thrifting* salah satunya ialah untuk menghemat, dan mempunyai model yang tidak pasaran dan memiliki style beda dengan yang lainnya, karena memang barang-barang *thrifting* itu jauh lebih murah di banding diperoleh dari masyarakat di berbagai negara khususnya Indonesia. *Thrifting* ialah suatu agenda yaitu melihat dan membeli suatu barang bekas. Toko barang bekas juga sering menjual produk pakaian untuk melawan tren konsumen fast fashion yang tidak kalah saingnya. Selain itupun harga yang memang terlihat normal ini sudah mencakup barang yang bermerek, dan berasal dari luar negeri atau impor dan bisa juga suatu barang yang memang limited edition dan memang susah didapatkan dan memang sudah tidak di produksi lagi⁶

Selain itupula dikalangan masyarakat khususnya remaja sangatlah banyak yang menyukai *Thrifting*, yang dimana mahasiswa atau anak muda memang target

⁴ Fahman Syah et al., "Dinamika Peran Agama Dalam Pembentukan Etika Sosial Dalam Masyarakat Kontemporer Di Kota Tebing Tinggi," *At-Tadzkir: Jurnal Penelitian Dan Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2024): 1–10.

⁵ Nevi Ristiani, "FENOMENA THRIFTING FASHION DIMASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)," 2022.

⁶ Anggie Arta Mevia Setiyana Putri and Asidigisianti Surya Patria, "Perancangan Referensi Gaya Berpakaian Thrifting Melalui Feed Instagram," *Jurnal Barik* 3, no. 2 (2022): 125–37, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.

pasar tersendiri yang menjanjikan kepada pelaku bisnis, karena memang pakaian sangatlah penting dan termasuk kebutuhan apa lagi ketika kita memasuki perkuliahan yang memang pakaian sebagai bukti ciri khas dari kampus dalam pergaulan dan teman dekat⁷. Trend *thrifting* ini sangatlah merajalela dikalangan anak muda khususnya karena memang dengan adanya trend *trifling* ini, anak muda banyak yang mengikuti trendnya.

Menurut soegijapranata, Industri fast fashion juga sangatlah banyak mengeluarkan desain-desain yang baru dan menarik dalam waktu singkat. Hal tersebut membuat masyarakat berkeinginan untuk terus membeli dan mengoleksi baju-baju yang baru agar tidak terlihat ketinggalan zaman⁸. Selain itupun fashion tidaklah bergantung pada 2 musim ataupun 4 musim, masyarakat juga bisa menggunakan pakaiannya sesuai dengan selera masing-masing. Didalam setiap pakaian tentu saja ada yang namanya brand atau merek yang menengah khususnya pastinya pedagang tentu mengeluarkan sale yang disebut fast *fashion*. *Fashion* merupakan bagian dari komunikatif bukan hanya sekedar karya seni akan tetapi bisa juga sebagai budaya yang masyarakat bawa dalam bidang *fashion* atau busana.

Ekspresi keberagaman adalah fenomena yang kompleks dan beragam, mencakup aspek pribadi dan sosial. Dalam masyarakat yang multikultural seperti Indonesia, penting untuk menghargai keragaman ini dan memahami bahwa setiap individu memiliki cara unik dalam mengekspresikan keyakinan mereka. Dengan saling menghormati dan memahami, kita bisa menciptakan masyarakat yang lebih harmonis dan inklusif. Ekspresi keberagaman menjadi suatu hal yang menonjol dari para pedagang yang bisa terlihat dari kehidupan sehari-harinya seperti halnya dalam menerapkan nilai-nilai keberagaman. Ekspresi keagamaan inipun tidak hanya berasal dari satu sudut pandang saja akan tetapi bisa dilihat dari

⁷ Mishbahhul Hayati and Nora Susilawati, "Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa Di Pasar Putih Bukittinggi," *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* 4, no. 3 (2021): 359–70, <http://perspektif.pjj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/460>.

⁸ LAURENTIUS REVA BHAGASKARA, "PERANCANGAN DESAIN EKSIBISI PEMANFAATAN KEGIATAN THRIFTING DIKALANGAN REMAJA DI KOTA SEMARANG" (Unika Soegijapranata, 2021).

keyakinan/ideologis, peribadatan/praktekagama, penghayatan, pengetahuan, pengalaman atau konsekuensi⁹

Dari beberapa definisi diatas sudah terlihat bahwa agama memang dapat dipandang sebagai sistem kepercayaan yang dilakukan masyarakat. Seperti halnya para pedagang di pasar Gedebage cimol dikenal sebagai para pedagang yang *religious* dan agamis yang mayoritas pedagang disana beragama islam. Pedagang disana sangatlah antusias menjalankan perintah dan ajaran agama, seperti halnya dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan, baik yang dikerjakan secara wajib dan yang sunnah¹⁰.

Menurut beberapa pedagang disana memang para pedagang ini sangatlah *religious* terutama, dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan, para pedagang sama-sama membangun dan menerapkan nilai-nilai keagamaan. Akan tetapi ada beberapa pedagang juga yang angkuh atau mengabaikan dan tidak menerapkan nilai-nilai keagamaan, karena mereka sibuk dalam melayani pedagangnya, atau posisi pasar yang sedang ramai-ramainya pengunjung, tidak dengan itu saja, ada juga beberapa kendala dalam pedang sehingga para pedagang tidak menerapkan nilai-nilai keagamaan.

Lokasi yang dipilih ialah di Pasar Induk Gedebage yang bertempat di Bandung di Jl. Soekarno Hatta, Mekarmulya, Panyileukan Kota Bandung Jawa Barat dengan kode pos 40614, Indonesia. Adapun Hal ini berdasarkan konteks yang penulis uraikan di atas, penulis sangatlah terkesan untuk mengkaji dan membahas tentang Ekspresi Keberagaman Para Pedagang *Thrifting* di Pasar Gedebage tersebut dan di lihat dari deskripsi yang sudah di jelaskan, penulis sangatlah terkesan untuk membahasnya lebih luas lagi, sehingga penulis mengambil judul skripsi mengenai:

“EKSPRESI KEBERAGAMAAN PARA PEDAGANG THRIFTING DI PASAR GEDE BAGE CIMOL”

⁹ Ikhlous Ruhmal, “Pengaruh Religiusitas Dan Self-Efficacy Terhadap Stres Pada Mahasiswa Psikologi UIN Suska Riau,” *Skripsi*, 2015, 5–24.

¹⁰ Abd. Adim, “Perilaku Ekonomi Dan Keberagaman Komunitas Pedagang Banjar Dalam Perspektif Sufistik,” *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* 17, no. 1 (2019): 107, <https://doi.org/10.18592/khazanah.v17i1.2763>.

B. Rumusan Masalah

Meninjau dari konteks yang sudah dijelaskan diatas dan supaya pembahasan ini terperinci serta lebih dalam lagi maka dari itu penulis merumuskan beberapa pertanyaan dan yang nantinya akan dilakukan penelitian lebih lanjut. Adapun pertanyaanya sebagai berikut:

1. Bagaimana ekspresi keberagaman pedagang *thrifting* di pasar Gedebage dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan?
2. Apa saja kendala pedagang *thrifting* di pasar Gedebage dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan?

C. Tujuan Penelitian

Dari beberapa permasalahan yang dikemukakan diatas maka peneliti mempunyai tujuan antara lain sebagai berikut :

1. Untuk memahami bagaimana ekspresi keberagaman pedagang *thrifting* dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan
2. Agar mengetahui apa saja kendala yang terjadi terhadap pedagang *thrifting* didalam menerapkan nilai-nilai keagamaan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2:

1. Manfaat Teoritis

Adapun penelitian ini membahas tentang ekspresi keberagaman para pedagang *thrifting*. Yang dimana manfaat teoritis dari penelitian ini adalah supaya menambah wawasan serta informasi yang belum lengkap dari peneliti sebelumnya. Selain itupula peneliti sangatlah mengharapkan apa yang sudah ditulis bermanfaat dan berguna bagi perkembangan jurusan studi agama-agama dalam pendekatan ekonomi dan sosiologi. Penelitian ini juga bisa dijadikan dasar untuk peneliti selanjutnya pada tema yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan apabila dilakukan penelitian bisa bermanfaat bagi masyarakat terlebih khusus masyarakat di Pasar Gedebage, agar lebih paham

dengan keagamaan para pedagang thrifting. Dan juga bisa di jadikan bahan bacaan ataupun informasi bahkan pedoman untuk peneliti selanjutnya, terlebih khusus pada peneltian mengenai Trend thrifting.

E. Penelitian Terdahulu

Dari peneliti sebelumnya terdapat beberapa referensi yang memang bisa dijadikan sebagai sumber dan bahan bacaan bagi penulis dengan hal yang serupa yang diteliti oleh penulis, dan bisa dijadikan faktor pendukung dari penelitian ini, antara lain yaitu sebagai berikut :

Pertama skripsi yang ditulis oleh Lutvi Aprelia Saputri mahasiswa dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada tahun 2023 dengan judul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Thrifting di Moy.stuff Desa Dolopo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun*" didalam penelitian ini yang dijual oleh Moy.stuff secara eceran ini sudah dilakukan sesuai dengan ajaran islam karena memang sudah terpenuhi rukun dan syarat jual beli. Karena bisa memilih secara langsung pakaian yang mereka suka. Akan tetapi lambat laun berjalan toko tersebut merubah peraturn dalam jual beli barang yang memang sudah beli tidak bisa ditukar lagi isi pakaian tersebut didalam paket usaha jadi pembeli harus menerima sesuatu yang sudah diberi oleh penjual. Maka dari itu jual beli di Moy.stuff tidak menerapkan system tanggung jawab setelah terjadinya peraturan terbaru di dalam etika bisnis islam.

Kedua skripsi yang ditulis oleh Hafifah Agustina dari mahasiswa UIN Raden Intan Lampung pada tahun 2018 yang berjudul "*Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas (Studi di Pasar perumnas Way Halim Bandar Lampung*" didalamnya menjelaskan terkait bagaimana jual beli pakaian bekas di pasar Perumnas way halim Bandar Lampung, serta bagaimana sih jual beli pakian bekas dalam hukum islam tuh. Jadi menurut Hafifah didalam penelitiannya menurut rukun islam paktik di pasar Perumnas ini telah sepenuhnya menerapkan syarat dan

ketentuan transaksi pembelian dan memenuhi syarat baligh dan berakal selain itu pula bisa membedakan mana yang baik dan buruk¹¹.

Ketiga buku yang ditulis oleh Nazura Gulfira yang diterbitkan pada tahun 2016, penerbit B First Yogyakarta, dengan judul *“The Art Of Thrifting”* di dalam buku dijelaskan bahwasannya yang awalnya banyak masyarakat yang takut menggunakan pakaian dari thrifting akan tetapi selang waktu kemudian thrifting sangatlah diminati dan di gemari banyak orang. Dan bahkan sampai ada toko online yang berunculan, selain itu pula thrifting ini bisa digunakan untuk mahasiswa yang mempunyai budget low atau terbatas yang ingin tampil tetap keren dan stand out. Sebenarnya thrifting ini sangatlah membantu bumi dengan me-reuse pakaian dan barang yang ada.

Keempat Artikel yang ditulis oleh Maolina Nurdin dari mahasiswa universitas Surabaya, yang berjudul *“Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Di Masyarakat Surabaya”* menurut Maolina artikel ini bahwasanya strategi pemahaman islami ada dampak positif dan signifikan terhadap masyarakat surabaya yang ingin membeli dan menjual thrifting. Di karenakan masyarakat Surabaya telah memiliki pengetahuan yang baik dan benar secara islam¹².

Kelima artikel yang ditulis oleh Cut Latifah Putri dan Amanda Agustin tahun 2023 Vol, 03 No. 1 page 1710-1721 mahasiswa UIN sumatera utara Medan, yang berjudul *“Jual Beli Barang Bekas (Thrifting) Menggunakan Sistem Online Shop Menurut Perspektif Ekonomi Islam”* didalam artikel ini sistem jual beli barang di lakukan secara online melalui sistus web, pesan teks, obrolan/telepon bahkan platfrom untuk tawar menawar menyelesaikan pembelian. Jual beli onlinepun jual beli yang non tunai yang sangat mempermudah masyarakat dalam belanja walaupun hanya berada di rumah saja.

Didalam penelitian-penelitian yang dipaparkan, peneliti dapat dengan jelas menyatakan bahwa *Thrifting* banyak sekali digemari oleh masyarakat yang dimana

¹¹ Florina Simona Burta, 2001.

¹² Maolina Nurdin, “Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Di Instagram Pada Masyarakat Surabaya,” *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation* 1, no. 2 (2021): 89–101, <https://journal.inspirasi.or.id/nomicpedia/article/view/63>.

mempunyai daya Tarik yang kuat khususnya barang-barang yang bermerek. Hal tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar, yang pada beralih pembelian ke pakian *thrifting*. Dalam penelitian ini peneliti ingin menjelaskan bagaimana Ekspresi Keberagamaan Para Pedagang *Thrifting* Di pasar Gedebage.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan teori Glock and Stark, teori ini berkaitan dengan religiusitas yaitu suatu kepercayaan yang supranetral dan adanya penghayatan didalam kehidupan sehari-hari dengan menginternalisasikan ke dalamnya. Selain itu pula Glock and Stark memahami terkait religiusitas mengenai konsepsi dan perjanjian seseorang kepada agamanya. Adapun tingkat konseptualisasi ialah tingkat kemampuan seseorang terhadap agamanya, dan tingkat komitmen ialah ssesuatu hal yang dipahami menyeluruh, dan sehingga ada beberapa cara suatu individu untuk menjadi seseorang yang religious. Glock and Stark juga mengutarakan agama ialah simbol, system keyakinan, sistem perilaku, yang memang semuanya berpusat pada persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi¹³.

Religiositas yang dikemukakan oleh Glock and Stark ialah dari berbagai sisi kehidupan manusia, yang dimana aktivitas beragama itu tidaklah hanya seseorang melakukan aktivitas lain yang di dorong oleh kekuatan supranetral. Adapun lebih jelasnya mengenai religiusitas Glock dan Stark akan di bagi menjadi 5 dimensi antara lain : pertama dimensi keyakinan atau ideologis dimana dimensi ini mengutarakan keyakinan kepada tuhan YME, kedua dimensi peribadatan atau praktek agama yang membahas terkait ritual keagamaan dan menjalankan perintah agamanya. Ketiga dimensi penghayatan atau ihsan, yaitu sejauh mana seseorang merasakan dang mengalami terkait hal-hal pengalaman religious, ke empat dimensi pengetahuan agama, sejauh mana seseorang memahami dan mengetahui tentang

¹³ Stark Glock, "Driyakara. (1978). Pengantar Psikologi Agama. Jakarta: Lappenas Glock & Stark (1969). Religion and Society Intension. California: Rand Mc Nally Company. 13," no. 1978 (2005): 13–33.

ajaran-ajaran agamanya, dan yang terakhir dimensi dimensi etis atau konsekuensi yaitu dilihat dari seseorang berpekerjaan yang dimotivasi oleh ajaran agamanya,

Adapun kritik dari Glock and Stark terkait ekspresi keberagaman mengenai para pedagang yaitu bagaimana agar pedagang bisa berkomitmen terkait melaksanakan ibadah sesuai dengan ajarannya masing-masing. Dan tidak terus menerus untuk melaksanakan pekerjaannya agar bisa berkomitmen menjalankan ajaran agamanya masing-masing, tanpa mengganggu aktivitas pedagang tersebut¹⁴.

Didalam penelitian ini, peneliti atau penulis menggunakan kajian teori ilmu sosiologi. Ada banyak teori sosiologi dan yang dipakai pada penelitian ini adalah teori Glock and Strak, yang berisi tentang ekspresi keberagaman para pedagang . Maka dari itu pendekatan dan teori inipun sangatlah relevan untuk digunakan dalam penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Berdasarkan sistematika penulisan pada penelitian ini dimulailah dari Bab 1 sampai dengan Bab V yang dimana dari setiap bab berbeda-beda pemaparan antara lain :

Bab I ialah berisi pendahuluan ialah mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta metodologi atau langkah-langkah dalam penelitian, dan yang terakhir yaitu sistematika penulisan

Bab II menjelaskan tentang landasan teoritis yang dimana penulis hendaknya menjawab dan menjelaskan serta menganalisis yang di sertai dengan alasan-alasan yang logis. Bagain dari bab inipun merujuk kepada “mengapa dan bagaimana” teoritis di terapkan dalam penelitian ini.

Bab III berisikan tentang metodologi penelitian seperti gambaran umum terkait suatu objek penelitian berdasarkan hasil dari pengolahan data dan analisis data sesuai dengan pendekatan, metode, atau informasi dan data-data dari lapangan, yang berada di dalam rumusan masalah penelitian. Dan yang paling utama yaitu

¹⁴ M Yusuf Wibisono, *Sosiologi Agama* (Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020).

membahas penemuan peneliti terhadap eksperisi keberagaman para pedagang thrifting.

Bab IV menerangkan mengenai hasil dari analisis data yang menjadi pokok inti dan tidakan masyarakat dari penelitian ini mengenai ekspresi keberagaman para pedagang.

Bab V penutup ini yang dimana berisikan tentang suatu kesimpulan dan saran, bagian ini termasuk dalam bab terakhir dari penelitian. Didalam bab ini dikemukakan dari keseluruhan kajian terhadap penelitian, sekaligus mengajarkan point penting yang bisa bermanfaat dari hasil penelitian yang sudah dilakukan.

