

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pakaian termasuk komponen penting sekaligus sebagai kebutuhan untuk menjalankan aktifitas sehari-hari bagi manusia. Maka tren dalam membeli produk *fashion* semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini membuat masyarakat tidak hanya membeli produk *fashion* model terbaru namun pada beberapa kalangan lebih memilih untuk membeli produk pakaian bekas impor yang dijual dengan harga yang relatif terjangkau. Secara terminologi, *thrift* mengacu pada aktivitas membeli barang bekas. Secara bahasa, *thrift* diambil dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau maju. Kata *thrifty* sendiri dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien (Aswadana dkk., 2022; Fadila dkk., 2023). Dapat diartikan bahwa *thrift* merupakan kegiatan membeli suatu produk atau bahkan barang langka dengan harga yang murah.

Membeli produk *thrift* sudah menjadi hal yang biasa dilakukan masyarakat di berbagai negara. Masyarakat berlomba-lomba untuk mencari barang *thrift* agar memenuhi hasrat keinginan akan produk *fashion*. Hal ini membuat permintaan akan produk pakaian bekas impor semakin meningkat dan fenomena kegiatan membeli pakaian bekas impor semakin dikenal dan berkembang dimana-mana baik itu di negara maju atau negara berkembang. Fenomena membeli pakaian bekas impor yang banyak dilakukan masyarakat memberikan peluang terhadap para pedagang untuk membuka toko-toko *thrift* baik itu *offline* atau online melalui *marketplace*.

Fenomena kegiatan *thrift* di Negara Indonesia semakin bertumbuh pesat. Menurut data hasil survei Goodstats pada 5-16 Agustus 2022 dengan melibatkan 261 responden, mayoritas responden sekitar 49,4% pernah membeli barang bekas dari hasil *thrift*. Sementara sebanyak 34,5% belum pernah mencoba *thrift*. Sebanyak 16,1% tidak akan pernah mencoba membeli barang *thrift* (Hidayah, 2023). Hal ini membuat angka volume dan nilai impor pakaian bekas berfluktuasi dari tahun ke tahun. Dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1. 1 Volume & Nilai Impor Pakaian Bekas Tahun 2018-2022

No.	Tahun	Volume Impor (Ton)	Nilai Impor (USD)
1.	2018	107,98	1.790.435,38
2.	2019	417,73	6.075.437
3.	2020	65,91	493.983
4.	2021	7,94	44.136
5.	2022	26,22	272.146

Sumber: Databoks Katadata

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa volume impor pakaian bekas mengalami fluktuasi dari tahun 2018-2022. Pada tahun 2019 volume dan nilai impor pakaian bekas Indonesia mencapai 417,73 ton senilai dengan 6.075.437 USD. Pada tahun selanjutnya yaitu 2020 dan 2021 volume impor pakaian bekas cenderung menurun dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan menjadi 26,22 ton. Permasalahan kegiatan *thrift* yang terus-menerus dilakukan akan berdampak terhadap industri tekstil dalam negeri yang menimbulkan adanya penurunan

permintaan terhadap produk tekstil lokal serta menurunnya daya saing UMKM tekstil lokal (Ali dalam Sari 2023; Dewi, 2023).

Media sosial sebagai suatu sarana agar berinteraksi satu sama lain dalam hal bertukar informasi lebih mudah membuat masyarakat kapanpun dan dimanapun dapat mengakses informasi melalui ponsel pribadi. Dengan adanya media sosial membuat fenomena melakukan kegiatan *thrifting* atau membeli pakaian bekas impor banyak dilakukan oleh masyarakat terutama generasi milenial. Eksistensi melakukan kegiatan *thrifting* sudah muncul sejak lama di Negara Indonesia, namun dengan adanya kemudahan mendapatkan informasi misalnya dari para *influencer* membuat kegiatan *thrifting* atau membeli pakaian bekas impor semakin banyak dilakukan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup agar terlihat *stylish* dalam berbusana. Peminat *thrifting* memaparkan bahwa alasan melakukan *thrifting* yaitu perbedaan harga yang signifikan dengan kualitas pakaian yang lebih baik serta model pakaian yang unik atau tidak pasaran (Khairani, 2020; Virginia 2022). Oleh karena itu, produk-produk *thrift* dapat dijadikan sebagai alternatif terhadap masyarakat yang ingin membeli pakaian dengan harga yang murah, kualitas yang lebih baik dan model yang unik.

Berdasarkan data Google *Trends* mengenai minat *thrifting* yang terjadi di Negara Indonesia dalam 12 bulan terakhir (Oktober 2022 – September 2023), Provinsi Jawa Barat termasuk ke dalam urutan nomor 2 dari 10 provinsi yang memiliki angka tertinggi dalam minat *thrifting*.

Tabel 1.2 Data 10 Provinsi Dengan Minat Tertinggi Pada Kegiatan *Thrifting*

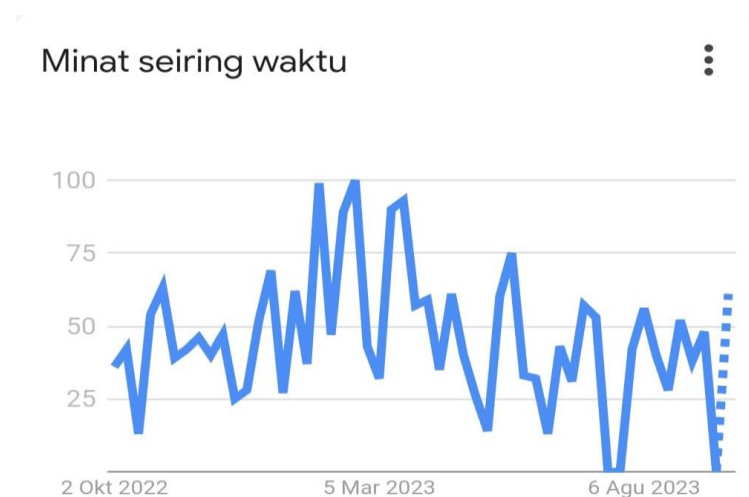
No.	Provinsi	Minat Masyarakat (Persen)
1.	Daerah Khusus Ibukota Jakarta	100
2.	Jawa Barat	96
3.	Banten	88
4.	Daerah Istimewa Yogyakarta	83
5.	Bali	76
6.	Jawa Tengah	61
7.	Kepulauan Riau	59
8.	Lampung	58
9.	Kalimantan Barat	58
10.	Jawa Timur	52

Sumber: Google *Trends*

Berdasarkan data pada tabel di atas, Provinsi Jawa Barat masuk ke dalam urutan ke-2 dengan minat masyarakat terhadap *thrifting* mencapai 96%. Pada urutan pertama dan ketiga yaitu Provinsi DKI Jakarta sebesar 100% dan Provinsi Banten sebesar 88%. Dibandingkan dengan provinsi lain, Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak. Dengan tingginya angka minat *thrifting* di Provinsi Jawa Barat membuat para pedagang pakaian *thrift* ini semakin bermunculan baik *offline* atau *online*. Hal ini dapat membuat masyarakat sebagai konsumen cenderung untuk memilih pakaian bekas impor karena berbagai alasan. Jika hal ini terus-menerus dibiarkan maka masyarakat akan cenderung lebih

memilih produk-produk pakaian bekas impor dibandingkan memilih pakaian produk lokal.

Berdasarkan data *Google Trends* mengenai minat masyarakat Jawa Barat dalam membeli pakaian bekas impor (*thrifting*) dalam 12 bulan terakhir yaitu mulai dari bulan Oktober 2022 sampai dengan bulan September 2023 mengalami peningkatan seiring dengan berjalannya waktu.



Sumber: Google Trends

Gambar 1.1 Diagram Minat Masyarakat Jawa Barat Terhadap Thrifting

Berdasarkan data diagram di atas, terlihat bahwa minat masyarakat Jawa Barat dalam melakukan kegiatan *thrifting* masih tergolong tinggi. Kelompok masyarakat yang memiliki minat paling besar pada kegiatan *thrifting* ini yaitu generasi millennial dan gen Z. Kegiatan ini dilakukan anak muda agar bisa terus mengikuti tren *fashion* tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya. Salah satu alasan lain anak muda melakukan *thrifting* yaitu sebagai suatu sarana untuk membuat konten “*Mix and Match OOTD*” pada sosial media yang dimiliki. Alasan

selanjutnya beberapa masyarakat melakukan kegiatan *thrifting* berpikir bahwa lebih baik membeli pakaian bekas tetapi produk asli bukan imitasi.

Masyarakat yang hanya melakukan kegiatan *thrifting* secara langsung baik itu di pasar atau toko *offline* dengan adanya perkembangan teknologi memberikan kemudahan untuk berbelanja secara *online*. *Marketplace* sebagai salah satu perantara yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* merupakan suatu contoh dari adanya perkembangan teknologi. *Marketplace* yang telah berkembang di Negara Indonesia diantaranya Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan aplikasi *marketplace* lainnya. Menurut data Wearesocial dan Hootsuite dalam Aditiya (2023) sekitar 90% pengguna internet di Indonesia pernah melakukan transaksi belanja online. *Marketplace* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat yaitu Shopee dan Tokopedia. Pada awal tahun 2023 shopee menjadi aplikasi *marketplace* pertama yang paling banyak dikunjungi dan mencapai rata-rata 157,9 juta kunjungan per bulan (Aditiya, 2023; Ahdiat 2023).

Pedagang thrift online di Provinsi Jawa Barat mencoba untuk memanfaatkan adanya kemajuan teknologi menggunakan internet dan berbagai aplikasi *marketplace* untuk menjual produknya. Salah satu aplikasi yang dipilih oleh para pedagang thrift yaitu aplikasi Shopee. Oleh karena itu, semakin banyak pedagang thrift yang menggunakan aplikasi shopee membuat konsumen semakin tertarik untuk ikut berbelanja dalam aplikasi shopee. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini bahwa penjualan pakaian bekas impor pada *marketplace* shopee lebih banyak dibandingkan dengan aplikasi Tiktokshop:

Tabel 1.3 Data Penjualan Pakaian Bekas Impor Pada Aplikasi Shopee dan Tiktokshop Selama Tahun 2023

No.	Nama Toko Online Pada Aplikasi Shopee	Nama Toko Online Pada Aplikasi Tiktok	Penjualan Pada Aplikasi Shopee selama 1 tahun (2023)	Penjualan Pada Aplikasi Tiktok selama 1 tahun (2023)
1.	Lakafea	lakafea	3.000 pcs	2.500 pcs
2.	Winiest_store	Winiest_store	4.000 pcs	3.000 pcs
3.	By ummaby	Fathfaith.outfit	5.000 pcs	4.000 pcs
4.	Pickwash	Pickwash	7.000 pcs	5.000 pcs
5.	Bykyara.project	Bykyara.project	6.000 pcs	4.000 pcs
6.	Farahsayuathilah	Akufarah48	1.500 pcs	600 pcs
7.	Pritcyy.co	Pritcyy.co	50 pcs	1.000 pcs
8.	Sibumi.clothes	Rumieveryday	1.000 pcs	600 pcs
9.	Wolvie	Wolvie	5.000 pcs	2.500 pcs
10.	Littlemoo.kuu	Littlemoo.kuu	450 pcs	300 pcs

Sumber: Data Primer

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa angka penjualan pada aplikasi Shopee lebih unggul dibandingkan aplikasi Tiktokshop. Angka penjualan tertinggi Toko Pickwash pada aplikasi Shopee mencapai 7000 pcs dalam 1 tahun. Toko-toko online pedagang pakaian bekas impor yang memiliki angka penjualan yang tinggi pada Aplikasi Shopee dibandingkan pada Aplikasi Tiktokshop diantaranya toko Lakafea, Winiest_store, By_ummaby, Pickwash, Bykyara.project, Farahsayuathilah, Sibumi.clothes, Wolvie dan Littlemoo.kuu. Sedangkan sisanya yaitu toko Pritcyy.co angka penjualan pakaian bekas impor lebih besar pada aplikasi Tiktokshop. Para pedagang *thrift* online ini mendapatkan barang melalui para *supplier* atau berbelanja langsung pada pasar *thrifting* contohnya seperti Pasar Cimol Gedebage Bandung atau Pasar Senen Jakarta.

Harga pakaian bekas impor yang dijual oleh para pedagang *thrift* online ini dijual sekitar 30.000 – 300.000 ribu tergantung dari kondisi pakaian, *brand*, dan

model pakaian. Dari beberapa toko online pakaian bekas impor ini terdapat 4 toko yang menjual paket usaha untuk konsumen yang ingin mencoba merintis dalam berbisnis baju thrift. Harga paket usaha yang dijual yaitu berbeda-beda sesuai dengan kebijakan tokonya masing-masing namun ada yang menjual paling murah di harga 100.000 – 2.000.000 rupiah.

Pakaian bekas impor yang dijual ini di impor dari luar negeri diantaranya Australia, Jepang, Amerika Serikat, Singapura, Korea, Malaysia dan negara lainnya (Ahdiat, 2023 dan Muiz et al 2023). Produk pakaian bekas impor yang dijual terdapat brand-brand luar negeri terkenal seperti Uniqlo, H&M, Zara, GU by Uniqlo, Earth Music, GRL dan berbagai brand lainnya.

Tren melakukan kegiatan *thrifting* tidak selalu berdampak positif namun terdapat dampak negatif salah satunya yaitu terkait dengan kebersihan dan kesehatan. Pakaian bekas impor merupakan pakaian yang sudah digunakan oleh pemilik sebelumnya, tentu hal ini rentan dengan adanya jamur dan bakteri yang berbahaya. Upaya pemerintah dalam mengantisipasi risiko terhadap kesehatan dan kebersihan masyarakat maka melarang kegiatan impor pakaian bekas yang diatur dalam Pasal 47 Ayat (1) UU No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan (Undang-Undang RI No.7/2014, 2014). Peraturan tambahan terkait dengan larangan impor pakaian bekas diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 (Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015, 2015).

Permintaan yaitu suatu keinginan konsumen untuk membeli produk pada berbagai tingkatan harga selama periode waktu tertentu (Frisnoiry et al, 2023; Kennedy, 2017; Rahardja & Mandala, 2019). Permintaan pakaian bekas impor yang berfluktuasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pertama harga. Harga menjadi faktor penentu yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika akan membeli suatu barang. Harga yang semakin terjangkau membuat permintaan suatu barang bertambah atau meningkat. Harga yang dapat berdaya saing, kualitas produk yang sesuai, dan harga yang terjangkau membuat konsumen semakin tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Harga pakaian bekas impor yang terjangkau menjadi pilihan masyarakat terutama generasi millennial dan gen z untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan agar bisa terus mengikuti perkembangan *fashion*. Harga pakaian *branded* yang mahal membuat masyarakat mengurungkan niat untuk membeli pakaian tersebut dan memilih untuk membeli pakaian bekas *branded* agar menunjukkan identitas sosial yang tinggi.

Faktor kedua yang mempengaruhi permintaan pakaian bekas impor adalah pendapatan konsumen. Menurut Sukirno (2016) menyatakan bahwa pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu. Pendapatan konsumen baik itu besar atau kecil akan berpengaruh terhadap kemampuan daya beli. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin tinggi permintaan akan suatu barang. Pendapatan konsumen yang meningkat dan kondisi perekonomiannya yang stabil membuat kecenderungan dalam membeli pakaian akan meningkat. Pakaian bekas impor yang premium misalnya dari segi model, motif baju, kualitas bahan, dan berlabel merek ternama

menjadi incaran bagi masyarakat yang memiliki penghasilan tinggi. Namun, bagi masyarakat yang berpendapatan rendah membeli pakaian bekas impor menjadi suatu kebutuhan dan dilihat dari segi kegunaan serta menjadi alternatif karena harga yang terjangkau.

Gaya hidup menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pakaian bekas impor. Gaya hidup adalah perilaku seseorang terkait dengan bagaimana menggunakan uang yang dimiliki serta memanfaatkan waktu. *Influencer* di media sosial yang memberikan referensi gaya berpakaian agar terlihat rapi dan menarik membuat masyarakat terutama anak muda terpengaruh untuk mengikutinya. Pakaian bekas menjadi alternatif bagi beberapa masyarakat agar dapat terlihat *stylish*. Semakin tinggi gaya hidup masyarakat untuk menunjang gaya berpakaian maka minat konsumen terhadap pakaian bekas impor semakin bertambah dan membuat permintaan terhadap pakaian bekas impor ikut meningkat.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan pakaian bekas impor yaitu lingkungan sosial konsumen. Lingkungan sosial adalah suatu kelompok yang dapat membuat individu melakukan perubahan perilaku. Lingkungan sosial terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan tetangga/masyarakat, dan lingkungan teman sebaya. Lingkungan sosial konsumen yang baik akan berdampak pada pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk. Teman, keluarga atau tetangga yang pernah memiliki pengalaman dalam membeli pakaian bekas impor yang kualitasnya bagus maka akan membuat konsumen akan ikut mencoba untuk membeli pakaian bekas atau merekomendasikan toko online yang menjual pakaian bekas dengan kualitas yang baik. Maka lingkungan sosial konsumen yang memiliki

pengalaman baik dalam membeli pakaian bekas impor dapat membuat permintaan akan pakaian bekas impor meningkat.

Adapun kecerdasan emosional menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pakaian bekas impor. Kecerdasan emosional yaitu kecerdasan yang dimiliki manusia untuk mengontrol emosi agar perilaku dapat terkendali (Assa, 2022; Goleman, 1999; Wahid et al., 2023). Konsumen dengan kecerdasan emosional rendah cenderung hanya fokus kepada kepuasan langsung ketika merespon dorongan untuk membeli suatu barang. Masyarakat yang cepat terpengaruh oleh berbagai penawaran dari pihak penjual serta tidak mampu menahan emosi keinginan dalam dirinya maka besar kemungkinan akan membeli produk yang diinginkan. Pakaian bekas impor dengan harga yang murah dan berbagai model yang unik menjadi suatu daya tarik untuk memikat konsumen. Hal ini membuat masyarakat yang tidak dapat mengendalikan emosi dalam dirinya akan membeli pakaian bekas impor serta membuat permintaan akan pakaian bekas tersebut meningkat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dan karena kelangkaan studi belum ada yang membahas terkait dengan kecerdasan emosional sebagai variabel bebas terhadap permintaan. Maka unsur kebaruan atau temuan baru dalam penelitian ini akan membahas terkait kecerdasan emosional terhadap permintaan pakaian bekas impor. Adanya kebaruan/novelty dalam sebuah penelitian membuat temuan yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Permintaan Pakaian Bekas Impor Pada *Marketplace* Shopee Di Jawa Barat.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, gaya hidup, lingkungan sosial dan kecerdasan emosional secara parsial terhadap permintaan pakaian bekas impor pada *marketplace* shopee di Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, gaya hidup, lingkungan sosial dan kecerdasan emosional secara bersama-sama terhadap permintaan pakaian bekas impor pada *marketplace* shopee di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang telah diuraikan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana harga, pendapatan, gaya hidup, lingkungan sosial dan kecerdasan emosional secara parsial terhadap permintaan pakaian bekas impor pada *marketplace* shopee di Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga, pendapatan, gaya hidup, lingkungan sosial dan kecerdasan emosional secara bersama-sama terhadap permintaan pakaian bekas impor pada *marketplace* shopee di Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan. Adapun kegunaan yang diharapkan yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait pengaruh harga, pendapatan, gaya hidup, lingkungan sosial dan kecerdasan emosional terhadap permintaan pakaian bekas impor pada *marketplace* shopee di Jawa Barat.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terkait dengan cara mengaplikasikan teori untuk memecahkan suatu permasalahan.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dijadikan sebagai suatu solusi dalam pengambilan kebijakan bagi beberapa pihak pemerintahan yang berhubungan dengan pengelolaan pakaian bekas impor yang dijual secara online.

c. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan evaluasi dan sumber informasi bagi para pelaku bisnis pakaian bekas impor di Jawa Barat.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Provinsi Jawa Barat dengan mengumpulkan data primer melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* dengan bantuan media sosial kepada para konsumen pakaian bekas impor yang pernah membeli produk pakaian *thrift* pada *marketplace* shopee di Jawa Barat.

1.5.2 Jadwal penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dan diperkirakan pada bulan September 2023 sampai Oktober 2024 dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

[illegible]