

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya kebutuhan pokok manusia terdiri dari sandang, pangan, dan papan. Seiring dengan perkembangan zaman masyarakat mulai kesulitan dalam menentukan antara kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Pemenuhan kebutuhan hidup selalu berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkannya. Untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan selalu berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, industri pakaian bekas di Indonesia pun semakin berkembang ditandai dengan maraknya generasi milenial yang bangga menggunakan barang-barang *second hand*, atau yang biasa disebut dengan *thrifting* (Afifurrahman & Saputri, 2021). Industri *fashion* juga mempunyai dampak yang sangat buruk untuk lingkungan seperti polusi udara dan pencemaran air. Lebih dari 50% pakaian yang diperjualbelikan berakhir ditempat pembuangan akhir (Humaira Aliya, 2020).

Tahun 2021 ditengah pandemi *covid-19* sedang marak dengan munculnya tren *thrift shop* bisa dibilang penjual barang-barang bekas layak pakai yang tak luput dari perhatian para remaja generasi milenial. Pada saat ekonomi Indonesia yang tengah lesu, tetapi memunculkan tren baru yang tertarik dengan produk-produk fashion lama yang sudah diluncurkan pada tahun 80 dan 90 an. Tren *thrift shopping* menjadi salah satu pilihan untuk yang ingin tampil modis atau sekedar koleksi fashion dengan harga yang

murah. *Thrift shopping* menjadi hal yang sangat digemari remaja generasi milenial dikala pandemi Covid-19 hingga saat ini. Barang-barang yang disuguhkan pada *Thrift shopping* juga sangat beragam dan banyak sekali barang-barang unik yang dapat ditemukan (Permatasari et al., 2021).

Pemerintah sempat gencar melarang perdagangan baju bekas impor atau *thrifting*, yang terus bertebaran di Indonesia pada bulan maret 2023. Pemerintah melarang penjualan *thrifting* salah satu alasannya di karenakan dapat merusak produsen dalam negeri dan UKM tekstil di Indonesia. Tujuan pemerintah melarang perdagangan *thrifting* yaitu untuk melindungi industri dalam negeri khususnya di bidang tekstil (Kemala, 2023).

Teten menteri perdagangan menegaskan bahwa pemerintah tidak melarang aktivitas berburu pakaian bekas alias *thrifting*. "Pemerintah bukannya *against thrifting*. Budaya *thrifting* itu justru bagus. Itu untuk recycle produk supaya tidak menimbulkan kerusakan alam, yang pemerintah permasalahan itu adalah impor dan penyelundupan pakaian bekas". Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 dan Permendag Nomor 51 Tahun 2015 melarang impor pakaian bekas. Namun, kata Teten, merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, impor pakaian bekas naik 623 persen. Menurut Teten, keberadaan pakaian dari luar negeri, baik dari jalur resmi (impor) maupun ilegal (penyelundupan), perlahan-lahan mematikan industri busana di dalam negeri (www.kompas.com).

Namun sampai saat ini *thrifting* masih terus masuk ke Indonesia. Hal ini disebabkan karena berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No

26/PMK.010/2022 tentang Penetapan Sistem Klasifikasi Barang dan Pembebanan Tarif Bea Masuk atas barang impor, impor pakaian bekas dibolehkan dengan persyaratan tertentu dan bea masuk 35%. "Jadi memang *thrift*ing (aktivitas membeli atau mencari barang-barang bekas dengan tujuan untuk dipakai kembali) ini menjadi PR pak menteri, karena di satu sisi Permendag (Peraturan Menteri Perdagangan) nya sudah melarang, tapi ada PMK nya yang memperbolehkan asal wajar dan dengan bea masuk 35%. Jadi ini tolong diselesaikan. Jangan sampai satu sisi Permendag melarang tapi ada PMK nya yang memperbolehkan," Tegas Anggota Komisi VI DPR RI Andre Rosiade (www.detik.com).

Pakaian bekas (*thrift*ing) merupakan pakaian yang dipakai oleh seseorang untuk menutupi tubuhnya yang berupa pakaian impor tetapi pakaian tersebut sudah pernah dipakai oleh orang sebelumnya. Pakaian bekas tersebut di impor dari luar negeri, seperti Singapura, Australia, Cina, Jepang, Malaysia dan Korea (<https://kumparan.com/>)

Data impor *worn clothing and other worn articles* 2018-2024 di Indonesia

Tabel 1. 1 Data import pakaian bekas 2018-2024 di Indonesia

Tahun	Nilai Impor (US\$)	Berat Impor (KG)
2018	1.790.435,00	107.977,00
2019	6.075.437,00	417.728,00
2020	493.983,00	65.914,00
2021	44.136,00	7.937,00
2022	272.146,00	26.224,00
2023	29,759.00	12,856.00
2024	78,643.00	240,960.00

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2024)

Fenomena *thrifting* di Indonesia saat ini mengalami aktivitas yang dinamis namun cenderung meningkat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik seperti diatas, diketahui bahwa kegiatan impor pakaian bekas dari luar ke dalam negeri pada tahun 2018-2024 terjadi penurunan dan kenaikan. Masuknya impor pakaian bekas ke Indonesia yang semakin meningkat pada tahun 2023 ke tahun 2024 menjadi tanda bahwa aktivitas *thrifting* mengalami peningkatan dan pedagang pakaian bekas juga mengalami kenaikan.

Fenomena *thrifting* tidak hanya terjadi di kota-kota besar saja, namun juga telah sampai di kota-kota kecil seperti di Madiun. Madiun merupakan kota karisidenan yang menjadi pusat pendidikan, dan perdagangan dari daerah sekitarnya seperti Ngawi, Magetan, Ponorogo, Pacitan, dan lainnya. Tahun 2023-2024 terdapat beberapa toko *thrifting* di Madiun dan di sekitarnya. Di Madiun sering mengadakan event salah satunya yaitu event bazar Ramadhan yang diselenggarakan pada bulan ramadhan yaitu tanggal 3-7 Maret 2024 di Gor Wilis. Event tersebut juga diikuti oleh para penjual *thrifting* di Madiun dan sekitarnya.



Gambar 1. 1 Bazar Ramadhan

Sumber : (Instagram Festival Madiun, 2024)

Dari fenomena yang terjadi diatas penulis tertarik untuk melakukan pra-penelitian terhadap konsumen *Thriftifing*. Sehingga penulis melakukan pra-penelitian di wilayah Madiun dan sekitarnya. Dari data pra-penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Hasil pra-penelitian konsumen Thrifting

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Pra-penelitian ini dilakukan dengan menggunakan google formulir yang disebarakan kepada konsumen *thrifting* yang ada di Madiun dan sekitarnya dengan menggunakan bantuan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram*. Hasil dari pra penelitian yang dilakukan penulis kepada 100 responden menunjukkan bahwa konsumen *thrifting* di Madiun ada 65% kemudian Ngawi 12% Ponorogo 15% dan yang menjawab lainnya ada 8%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen *thrifting* yang paling banyak ada di Madiun kemudian diikuti dengan Ponorogo, Ngawi, dan lainnya.

Dari hasil pra penelitian diatas menunjukkan bahwa konsumen *thrifting* di Madiun jauh lebih banyak dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Hal ini juga didukung dengan data penjualan *Thrifting* yang ada di Madiun sebagai berikut :

Data penjualan *thrifting* di Madiun pada bulan Maret 2023 – April 2024.



Gambar 1. 3 Data penjualan bulan Maret 2023 – April 2024

Sumber: *Based On Data By Owner*

Dari data diatas menunjukkan bahwa penjualan *thrifting* di Madiun pada bulan Maret 2023 – April 2024 sebesar 4.001 pcs. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli masyarakat di Madiun terhadap barang *thrifting* cukup besar. Data di atas diambil dari dua toko *thrifting* yang ada di Madiun. Data tersebut sudah menunjukkan besarnya minat konsumen terhadap pembelian *thrifting* di Madiun.

Dalam dunia bisnis persaingan adalah hal yang sudah biasa terjadi, tetapi yang paling utama yaitu kepuasan konsumen terhadap produk yang diinginkan. Salah satu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya yang disebut dengan pengambilan keputusan. Seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang berdasarkan dengan keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:485) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, namun harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Sesuai dengan pendapat Swastha, keputusan pembelian merupakan tindakan nyata dan bukanlah satu tindakan saja namun terdiri dari beberapa tindakan yang meliputi tentang jenis produk, merek, harga, kualitas, kuantitas waktu pembayaran, dan cara pembayaran dalam rangka mengumpulkan info yang diperolehnya. Suatu usaha manusia untuk memenuhi kebutuhannya dikenal dengan istilah perilaku konsumen. Hal-hal yang mendasari dari perilaku konsumen yaitu membuat keputusan dalam pembelian.

Dalam memutuskan akan membeli suatu produk pastinya konsumen memikirkan beberapa hal terlebih dahulu terhadap barang tersebut. Konsumen memutuskan membeli produk *thrifting* Madiun disebabkan karena terdapat merek yang disukai. Hasil wawancara dari Ibu Cici selaku pemilik toko Thrifting di Madiun mengatakan bahwa produk *thrifting* yang masuk ke wilayah Indonesia menggunakan merek-merek luar negeri seperti *Uniqlo*, *Fila*, *GAP*, *The North Face*, *Puma*, dan berbagai merek lainnya. Hal inilah yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk *thrifting* di Madiun.

Dalam membeli produk *thrifting* atau pakaian bekas pastinya ada beberapa aspek yang dipertimbangkan oleh konsumen salah satunya yaitu harga yang terjangkau. Menurut (Tjiptono, 2015) berpendapat bahwa harga

merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut (Nasution et al., 2020) berpendapat bahwa harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Kemudian Djaslim Saladin (2006) berpendapat bahwa harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan alat tukar yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas produk atau jasa. Dengan kata lain harga adalah nilai suatu barang yang telah ditentukan oleh penjual. Jadi harga (price) yaitu nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Pakaian *thriftling* terkenal dengan harganya yang terjangkau. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Cici salah satu penjual Thrifting di Madiun mengatakan bahwa bahwa harga yang ditawarkan bermacam-macam mulai dari Rp. 20.000 – Rp. 300.000. untuk harga Rp. 20.000-Rp. 150.000 biasanya seperti kaos, kemeja, celana, cardigan, sedangkan harga diatas Rp. 150.000 biasanya terdiri dari hoodie, jaket tebal, celana panjang, dll. Selain itu, kesesuaian harga dengan kualitas *thriftling* yang ditawarkan juga sangat baik. Walaupun *thriftling* harganya murah namun pakaian *thriftling* tersebut memiliki kualitas yang baik dan masih layak untuk dipakai. Oleh sebab itu banyak masyarakat yang memilih

untuk membeli pakaian *thrifting* karena harganya yang murah dibandingkan dengan pakaian yang baru serta kualitasnya yang masih baik.

Tidak hanya harga saja yang menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, tetapi kualitas produk juga termasuk salah satu pengaruh seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Hani Handoko (2002 : 23) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan suatu kondisi dimana suatu barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang sudah ditetapkan. Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik suatu produk ataupun jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan ataupun tersirat. Kemudian menurut Laksamana, kualitas produk merupakan segala sesuatu baik yang bersifat fisik ataupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan karakter atau sifat yang dimiliki oleh sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan dari konsumen.

Ketahanan dari pakaian *thrifting* yang telah digunakan oleh konsumen dalam kurun waktu yang lama dan masih bagus maka produk tersebut memiliki daya tahan yang baik. Produk *Thrifting* di Madiun menyediakan pakaian dengan merek-merek terkenal yang pastinya memiliki kualitas yang baik pada produknya. Oleh karena itu, pakaian *thrifting* walaupun pakaian tersebut sudah bekas tetapi masih layak untuk

dipakai. Hal ini membuat masyarakat tertarik untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk Thrifting di Madiun. Sehingga tidak heran jika kualitas produk menjadi faktor penting yang di pertimbangkan oleh konsumen (Anggun, P, 2023).

Fashion lifestyle juga menjadi pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian thrifting. Kegiatan untuk selalu mengikuti perkembangan *fashion* menjadi hal yang sering dilakukan agar tidak dibilang ketinggalan jaman. *Fashion lifestyle* juga dapat diartikan sebagai perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh sikap, pemikiran dan ketertarikan terhadap fashion (Rehatalanit, 2021). Selain itu *fashion lifestyle* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *fashion*. Gaya hidup (*lifestyle*) yang semakin tinggi ditambah peran media yang ikut menyebarkan perkembangan *fashion* dan *lifestyle*.

Lifestyle memang sangat berpengaruh terhadap seseorang untuk menambah kepercayaan diri. Kepercayaan diri seseorang juga dapat di pengaruhi oleh adanya brand. *Thrifting* di Madiun menyediakan berbagai brand terkenal seperti *Fila*, *Uniqlo*, *Puma*, *GAP* dan lain sebagainya. Walaupun pakaian tersebut bekas namun memiliki brand-brand ternama yang dapat menunjang kegiatan *fashion* mereka. Oleh karena itu produk *Thrifting* di Madiun banyak diminati oleh masyarakat. Sehingga *fashion* berpengaruh dalam menentukan gaya berpakaian seseorang (Shinta, D, 2022).

Menurut Kotler dan Keller dalam (Ristanti & Iriani, 2020) *Brand image* (citra merek) adalah pandangan serta keyakinan pembeli atas dasar refleksi dan kesadaran dari pikiran konsumen ketika mengingat suatu merek. Untuk dapat bertahan pada sektor industri pakaian terutama yang menjual pakaian *thrifting*, pelaku usaha harus mampu untuk membuat kesan baik terhadap suatu produk. Keberhasilan produk yang memiliki citra merek yaitu ketika konsumen sudah membuat suatu pandangan yang muncul pertama kali saat mengingat kategori dalam merek tersebut (Savira & Yulianti, 2022).

Produk *thrifting* di Madiun memiliki keunggulan dalam persaingan penjualan. Hal ini dikarenakan produk *thrifting* yang dijual memiliki harga yang murah namun kualitasnya masih bagus. Dengan mengeluarkan biaya yang minim bisa mendapatkan berbagai macam pakaian sesuai dengan keinginan. Produk *Thrifting* di Madiun bisa menjadi solusi ketika ingin terlihat *fashionable* namun juga tetap hemat biaya. Sehingga pakaian *thrifting* ini lebih disukai khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa (www.kompas.com).

Kekuatan yang dimiliki oleh produk *Thrifting* di Madiun yaitu produk *Thrifting* saat ini sedang digemari oleh banyak kalangan, mulai dari remaja bahkan sampai kalangan dewasa karena merupakan salah satu cara yang efektif untuk menghemat uang. Barang yang dijual di *thriftshop* kebanyakan merupakan barang yang bermerek dan antik (Kusuma, 2023).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Abiyoga, 2023), (Rahmayanti & Saifuddin, 2021), dan (Narvantinova et al., 2023) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut hasil penelitian dari (Saputri & Utomo, 2021), (Mendur et al., 2021) dan (Sumaryanto et al., 2022) harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian dari (Saputri & Utomo, 2021), (Putra & Abiyoga, 2023), dan (Sumaryanto et al., 2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ababil et al., 2019) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Narvantinova et al., 2023), (VIPKE J, 2023), dan (Rahmayanti & Saifuddin, 2021) menunjukkan bahwa *fashion lifestyle* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut hasil penelitian dari (Monginsidi et al., 2019), dan (Widyaratna, L., & Zainuri, A, 2023) menunjukkan bahwa *fashion lifestyle* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Saputri & Utomo, 2021), (Sumaryanto et al., 2022), dan (Narvantinova et al., 2023) menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian dari (Putra & Abiyoga, 2023), dan (Rahmayanti

& Saifuddin, 2021) menunjukkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena diatas, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Fashion Lifestyle* dan *Brand Image* dalam mempengaruhi keputusan pembelian *Thriftling*. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Fashion Lifestyle* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Thriftling* Di Madiun (Studi Kasus Pada Konsumen *Thriftling* Madiun)**”

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini memiliki batasan masalah yang digunakan untuk mempermudah penelitian, dan tidak melebar dari topik. Penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini yakni :

1. Produk yang diteliti yaitu *Thriftling*
2. Penelitian terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.
3. Variabel penelitian yang digunakan yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), *Fashion Lifestyle* (X_3), *Brand Image* (X_4) dan Keputusan Pembelian (Y)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.
3. Apakah *fashion lifestyle* mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.
4. Apakah *brand image* mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian *Thriftling* di Madiun.

4. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian *Thrifting* di Madiun.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat membantu dan memberi manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam rangka sebagai informasi mengenai keputusan pembelian produk *thrifting* dan juga sebagai sarana dalam mengembangkan serta menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini bertujuan sebagai bahan acuan atau masukan kepada para penjual, supplier dan importir produk *thrift*, juga diharapkan memiliki kesadaran untuk tidak melakukan perbuatan hukum yang dapat merugikan masyarakat dan untuk lebih mengutamakan kepentingan konsumen.

3. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis atau akademis berupa ilmu dan wawasan khususnya mengenai hal yang berkaitan dengan kualitas produk, gaya hidup dan kepercayaan konsumen dalam keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini

dapat digunakan sebagai bahan referensi dan kajian untuk penelitian lebih lanjut.