

ANALISIS PERSPEKTIF MASYARAKAT DAN PELAKU UMKM PADA PENJUALAN BARANG *THRIFT* DI *ONLINE SHOP*

Yannisa Rahmawati¹, Rahma Diani Somin², Erdi Julham³

Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung

yannisarahmawati@instidla.ac.id

ABSTRACT

Penjual barang-barang *thrifting* di Indonesia saat ini sudah banyak dilakukan, *thrifting* bila dilihat dari sudut pandang pegiat lingkungan merupakan sebuah konsep yang dapat diterapkan guna menyelamatkan bumi, salah satunya dengan cara mengurangi sampah pakaian yang sulit terurai. Seiring berkembangnya penjualan barang *thrifting* di Indonesia, Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan (Zulhas) mengatakan barang *thrifting* khususnya pakaian dapat merusak industri pakaian tekstil dalam negeri. Disisi lain anggota DPR RI Adian Napitupulu mengatakan tren *thrifting* (pembelian barang bekas) tidak mempengaruhi bisnis UMKM Indonesia. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perspektif masyarakat sebagai konsumen serta pelaku UMKM yang merasa dirugikan atas maraknya penjualan barang bekas yang diimpor dari luar negeri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini masyarakat memilih *thrifting* merupakan pilihan untuk orang yang ingin barang/produk branded tetapi tidak mampu membeli yang baru, namun tidak semua orang bersedia membeli barang bekas. *Thrifting* merupakan perilaku dan tidak semua orang memiliki perilaku yang sama. Pelaku UMKM menilai persaingan merupakan hal yang wajar, bagaimana pelaku UMKM meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran baik online maupun offline adalah yang lebih penting.

Keywords: UMKM, *Thrifting*, *Fashion*

1. PENDAHULUAN

Thrifting merupakan aktivitas membeli barang-barang bekas dengan tujuan mendapatkan barang yang mewah dengan harga murah dan juga sekaligus untuk menghemat pengeluaran. *Thrifting* bila dilihat dari sudut pandang pegiat lingkungan merupakan sebuah konsep yang dapat diterapkan guna menyelamatkan bumi, salah satunya dengan cara mengurangi sampah pakaian yang sulit terurai.

Penjual barang-barang *thrifting* di Indonesia saat ini sudah banyak dilakukan. Konsumen barang *thrifting* pun beragam baik laki-laki maupun perempuan dengan usia mulai dari 18 hingga lebih dari 40 tahun. Pembelian barang *thrifting* dapat dilakukan secara *offline* dengan mengunjungi toko-toko tertentu ataupun melakukan pembelian secara online melalui platform e-commerce yang banyak di Indonesia.

Seiring berkembangnya penjualan barang *thrifting* di Indonesia, Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan (Zulhas) mengatakan barang *thrifting* khususnya pakaian dapat merusak industri pakaian tekstil dalam negeri. Plt Direktur Jenderal Perdagangan Luar Negeri Veri Anggrijono mengatakan sudah mendapat laporan dari pelaku industry garmen khususnya UMKM karena banyak dirugikan dari peredaran impor baju illegal. Disisi lain anggota DPR RI Adian Napitupulu mengatakan tren *thrifting* (pembelian barang bekas) tidak mempengaruhi bisnis UMKM Indonesia. Adian membeberkan berdasarkan data Asosiasi Pertekstilan Indonesia justru impor pakaian jadi dari china yang menguasai 80% pasar di Indonesia. Tahun 2022 impor pakaian jadi China sebesar 51.790 ton sementara pakaian bekas impor hanya 66 ton atau 0,13% dari impor pakaian China, kata Adian. Jadi siapa sesungguhnya yang dibela oleh Mendag dan Menkop UMKM, industri pakaian jadi di negara China atau UMKM Indonesia, menurut Adian di Jakarta pada sabtu 18 Maret 2023 melalui Tim TVOne.

Pada penelitian terdahulu mengemukakan bahwa konsumen menganggap bahwa pada umumnya produk pakaian bekas yang diimpor dari luar

negeri memiliki tingkat higienitas yang buruk (Zachary Fadli, 2021).

Berdasarkan fenomena tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perspektif masyarakat sebagai konsumen serta pelaku UMKM yang merasa dirugikan atas maraknya penjualan barang bekas yang diimpor dari luar negeri.

2. METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu mempergunakan data yang dinyatakan secara verbal dan kualifikasinya bersifat teoritis (Amirudin, 2016). Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, aktivitas social, fungsional organisasi dan lainnya (Yannisa Rahmawati, 2021).

A. Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Informan dalam penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu merupakan metode penetapan informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan memilih narasumber yang menjadi pelaku UMKM serta masyarakat yang menjadi konsumen barang-barang *thrifting* dan bertempat tinggal di provinsi Lampung.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini bisa dilakukan dengan wawancara terstruktur terhadap informan kunci.

b. Observasi

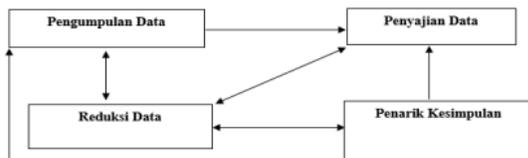
Pengumpulan data dengan mengamati langsung terhadap objek penelitian yang dilakukan.

c. Dokumentasi

Data yang dikumpulkan dari dokumentasi merupakan data yang mendukung data sekunder dengan cara mengumpulkan data yang bersumber pada data-data tertulis, arsip maupun gambar yang berkaitan dengan penelitian.

B. Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, yaitu menganalisa data dengan cara menjelaskan dalam bentuk kalimat logis. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa data versi Milen dan Huberman.



(Gambar: Analisis data model interaktif Miles dan Huberman)

Pengumpulan data dalam penelitian ini berlangsung secara terus menerus hingga data siap untuk direduksi, disajikan dan kemudian ditarik kesimpulan akhir. Mereduksi merupakan proses pemilihan, pemutusan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan di lapangan. Penyajian data berupa sekumpulan informasi hasil reduksi yang tersusun secara relevan dan bermakna, semakin mudah dipahami serta memudahkan dalam pengambilan tindakan selanjutnya. Penarikan kesimpulan yaitu hasil verifikasi selama penelitian dengan maksud menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokan yang merupakan validitasnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah melarang impor barang-barang bekas atau *thrifting* adalah untuk melindungi produsen lokal dan mencegah barang bekas yang tidak layak masuk ke dalam Negara. Masyarakat khususnya generasi muda semakin gencar untuk membeli atau berburu barang *thrifting* karena

sebagaimana mereka beranggapan dapat membeli barang-barang branded dengan harga yang terjangkau, konsumen dapat membeli berbagai produk dengan anggaran terbatas di tengah ketidakpastian perkembangan ekonomi saat ini. Barang-barang *thrifting* yang umumnya diincar adalah pakaian, sepatu dan tas.

Masyarakat memilih *thrifting* merupakan pilihan untuk orang yang ingin barang/produk branded tetapi tidak mampu membeli yang baru, namun tidak semua orang bersedia membeli barang bekas. *Thrifting* merupakan perilaku dan tidak semua orang memiliki perilaku yang sama.

Masyarakat mengaku membeli baju impor bekas karena banyak tersedia dalam ukuran besar, size besar mayoritas ada di merk *fashion* internasional. Selain itu ada juga *thrifting* untuk mendukung hobinya, seperti membeli jaket yang digunakan untuk melakukan hobi mendaki gunung. *Thrifting* tidak hanya menawarkan gaya yang unik dan lebih personal, tetapi juga memiliki nilai historis tersendiri untuk barang yang langka.

Untuk alasan kebersihan, kekhawatiran para konsumen *thrifting* juga tentunya ada, namun mereka mensiasati hal tersebut dengan membeli barang *thrifting* yang sudah terlebih dahulu dicuci oleh penjualnya, dan sesampainya barang tersebut ditangan konsumen, konsumen kembali mencuci barang tersebut dengan detergen ekstra atau yang ada kandungan disinfektannya atupun anti bakteri untuk lebih bersih sebelum menggunakannya.

Masyarakat menilai *thrifting* juga untuk membantu melestarikan lingkungan. Sudah terlalu banyak limbah produk *fashion* yang ada di dunia sehingga dapat mencemari lingkungan. Menurut data dari United Nations Environment Programme (UNEP) setiap tahunnya industry *fashion* menggunakan 93 milyar meter kubik air dan sekitar 20% air dari limbah industry *fashion* di seluruh dunia berasal dari pencelupan dan pengolahan kain. Industry *fashion* bertanggungjawab atas 10% emisi karbon global tahunan dan di prediksi emisi tersebut akan melonjak lebih dari 50% pada tahun 2030 menurut data dari UNEP. Untuk mengatasi hal

tersebut banyak aktivis lingkungan mengajak masyarakat untuk belanja pakaian bekas melalui *thrift shop*. *Thrifting* tidak selalu berasal dari barang bekas pakai, banyak juga *thrifting* yang berasal dari barang-barang yang tidak lolos quality control tapi masih layak untuk dipakai, barang tersebut tidak akan dipasarkan oleh produsen dan berakhir di tempat pembuangan, sehingga melalui *thrifting* dapat mengurangi limbah *fashion* serta membantu perekonomian.

Kekhawatiran masyarakat jika pemerintah melarang bisnis *thrift* ini, akan melahirkan masalah baru karena pedagang akan mengalami kerugian dan mengakibatkan penurunan pendapatan hingga menyebabkan pengangguran dan akan mengakibatkan kebutuhan akan lapangan pekerjaan yang lebih besar lagi.

Dari segi UMKM beranggapan bahwa setiap orang memiliki kebutuhan, pemikiran, dan pengakuan yang berbeda-beda. Banyak orang menilai *thrifting* untuk mendapatkan barang yang berkualitas dengan harga terjangkau, namun ada juga yang beranggapan bahwa lebih baik menggunakan barang yang baru yang lebih terjamin kebersihannya dari pada menggunakan atau membeli barang yang sudah dipakai orang lain. Pelaku UMKM menilai persaingan merupakan hal yang wajar, bagaimana pelaku UMKM meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran baik online maupun offline adalah yang lebih penting. Pelaku UMKM harus membangun budaya inovatif agar dapat mengeksplorasi nilai-nilai bisnis yang akan menjadi keunggulan kompetitif dalam dunia usaha.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Thrifting merupakan tindakan membeli barang bekas yang masih layak dipakai untuk menghemat pengeluaran dan membantu ekologi dengan mengurangi limbah tekstil. Alasan masyarakat melakukan *thrifting* yaitu pertama untuk menantang kreativitas dalam penataan busana, kedua karena barang-barang *thrift* lebih murah, ketiga karena adanya kesadaran

masyarakat bahwa baju bekas merupakan sumber limbah dunia yang sangat besar.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan metode penelitian secara kuantitatif sehingga didapatkan hasil penelitian yang lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Sleman: Dua Satria Offset.
- Fa'ziah Maulidah, I. R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *Tata Busana*, 62-68.
- Jumriati, R. S. (2019). Eksistensi Pedagang Barang Bekas Import di Tembilahan Kabupaten Inragiri Provinsi Riau. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 41-63.
- Yannisa Rahmawati, A. A. (2021). Sistem Informasi Manajemen Daerah dan Pengawasan untuk Akuntanilitas Laporan Keuangan Daerah. *Journal of Economic and Bussiness Retail*, 37-43.
- Zachary Fadli, A. F. (2021). Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, (pp. 1156-1161). Bandung.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220812110343-4-363238/zulhas-bakar-baju-segudang-nilainya-miliaran-ada-apa>

<https://www.tvonenews.com/ekonomi/108361-soal-larangan-thrifting-adian-napitupulu-yang-dibela-pakaian-china-atau-umkm?page=1>