

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fashion atau yang kita kenal dengan istilah busana, merupakan bagian penting yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan keseharian masyarakat. Oleh karena itu, tren pembelian produk *fashion* terus berkembang dari waktu ke waktu. Keinginan dan kebutuhan *fashion* juga semakin tinggi dalam membeli produk *thrift*. Secara bahasa, *thrift* diambil dari kata *thrive* yaitu berkembang atau maju. Sedangkan kata-kata *thrift* sendiri dapat diartikan penghematan yaitu cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien.¹ Dapat diartikan pula bahwa *thrifting* adalah kegiatan membeli demi mendapat harga produk yang lebih murah karena produk tersebut sudah pernah digunakan dan mendapat barang yang tidak biasa di pasaran.

Referensi menunjukkan bahwa membeli produk *thrift* telah menjadi tren di berbagai negara. Mencari produk *thrift* telah menjadi tren yang berkembang karena dapat menjadi pengganti seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya akan produk *fashion*. Karena pasar konsumen *thrift* terus berkembang, menyebabkan fenomena *thrift shop* menjadi semakin populer. Bahkan tren ini telah diperkirakan akan terus berlanjut dimana pada tahun 2029 total nilai penjualan global produk pakaian bekas akan mencapai \$80 miliar dolar.²

¹Zachary Fadli, Agustinus Februadi, dan Widi Senalasar, *Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas*, Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, hlm. 1156.

²Ussfeed.com, *A brief History of Thrifting*, diakses melalui situs: <https://www.ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/> pada tanggal 6 September 2021.

Di Indonesia, fenomena *thrift shopping* juga sedang berkembang. Fenomena ini sebenarnya sudah muncul sejak lama di Indonesia, namun baru menjadi tren yang sedang ramai dan diminati banyak orang terutama di kalangan para milenial karena banyaknya *influencer* di sosial media yang melakukan kegiatan ini. Kegiatan *thrifting* ini mulai digandrungi guna menghemat pengeluaran, karena tak jarang orang menemukan pakaian *thrift* dengan merek ternama dan masih layak pakai dengan harga miring, adanya pandemi Covid-19 yang menciptakan ketidakpastian ekonomi juga membuat lebih banyak konsumen beralih ke tren *thrifting*.³ Menurut survei Carousell, dari 10 orang Indonesia, terdapat 8 orang yang bersedia membeli produk *fashion thrift*.⁴ Kegiatan *thrifting* dianggap sebagian orang memiliki gaya busana yang bagus dan unik. Dari pandangan pecinta *thrift*, makna uniknya adalah desain *thrift* yang bercorak langka dan terbatas, yang mungkin tidak ada lagi pada gaya busana di era modern sekarang ini. Oleh sebab itu, keberadaan *thrift shop* impor menjadi pilihan lain bagi masyarakat yang ingin memenuhi hasrat untuk berbelanja dan tampil keren juga dengan merek luar negeri yang terkenal.

Pada era globalisasi sekarang ini, segala macam akses sudah begitu mudah seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada di Indonesia. Saat ini pasar tidak hanya tersedia dalam bentuk tradisional,

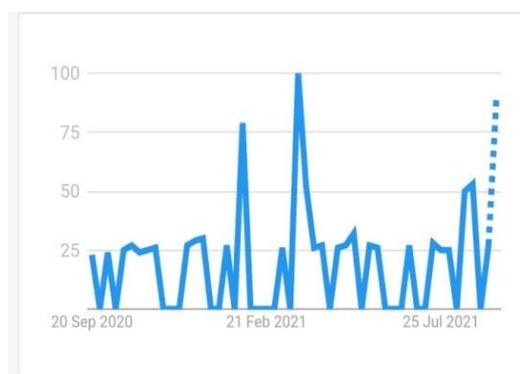
³Kompasiana.com, *Trend Fashion di Kala Pandemi*, diakses melalui situs: <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/rizqifahilah1197/60128e6a8ede487f45132142/trend-fashion-dikala-pandemi> pada tanggal 14 September 2021.

⁴Kumparan.com, “*Transaksi Barang Preloved Makin Digemari*”, diakses melalui: <https://kumparan.com/swaonline/transaksi-barangpreloved-makin-digemari-1540326417936398545/full>, pada tanggal 14 September 2021.

tetapi perkembangan dan transformasi pasar telah berkembang pesat menuju digital yaitu lahirnya pasar model baru yakni *marketplace*. *Marketplace* adalah wadah untuk memasarkan produk atau jasa menggunakan media internet. Terdapat beberapa *marketplace* di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan lainnya. Menurut riset Snapchart, membuktikan bahwa salah satu *marketplace* yang paling banyak digunakan di tahun 2020 adalah Shopee, dan berdasarkan 10 kategori produk terlaris Shopee tahun 2021 adalah produk *fashion* yaitu sekitar 59% dibandingkan dengan *marketplace* lainnya.⁵

Berdasarkan data Google Trends mengenai keberadaan *thrift shop online*, dalam 12 bulan terakhir yaitu dari bulan September 2020 hingga pertengahan Agustus 2021 memiliki minat yang meningkat seiring waktu.

Dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 1. 1 Diagram Peningkatan Thrift Shop Online

Berdasarkan hasil survey penulis terhadap produk *thrift* di aplikasi Shopee, penulis melihat ada beberapa *thrift shop* yang menjual pakaian *thrift* dengan merek luar negeri yang terkenal seperti Supreme, Uniqlo, Zara, H&M

⁵Shoptymatic.com, “10 Kategori Produk Terlaris Shopee 2021”, diakses melalui situs: <https://www.shoptymatic.com/10-kategori-produk-terlaris-shopee-2021.html/amp> pada tanggal 14 September 2021.

dan ada juga yang menjual produk bertema *Korean style*. Biasanya produk *thrift* ini diimpor dari luar negeri, yaitu dari Singapura, Malaysia, Korea, Eropa, dan Thailand. Penulis melihat dari pencarian terlaris ada banyak sekali toko yang menjual produk *thrift* di Shopee, salah satu toko bernama Winiest_Store telah menjual produk *thrift* sebanyak 42.593 dalam 5 tahun.⁶

Meski sedang tren, kegiatan *thrifting* juga memiliki risiko, salah satu risiko yang paling mengkhawatirkan terkait dengan membeli pakaian *thrift* adalah risiko kebersihan dan kesehatan. Di dalam pakaian *thrift* mengandung beberapa bakteri dan jamur yang berbahaya bagi kesehatan manusia seperti bakteri *Staphylococcus.aureus*, bakteri *Escherichia.coli* dan jamur *Aspergillus*. Selain itu, kegiatan *thrifting* impor pasti akan berdampak negatif terhadap keberadaan produk pakaian lokal. Oleh karena itu, pemerintah melarang impor perdagangan pakaian bekas, seperti yang diatur dalam Pasal 47 ayat (1) UU No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan dan selanjutnya diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 mengenai Larangan Impor Pakaian Bekas.⁷

Perilaku konsumen berhubungan langsung dengan pembelian, konsumsi dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah perilaku ini.⁸ Perilaku konsumen dalam perspektif Islam sesuai dengan prinsip utama sistem ekonomi Islam yaitu tidak

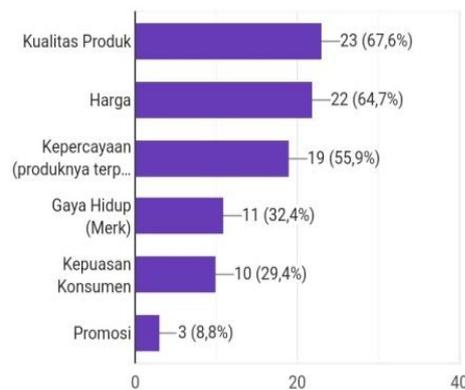
⁶Shopee.co.id, *Toko Winiest_Store*, diakses pada tanggal 14 September 2021.

⁷Bppp.kemendag.go.id, *Laporan Analisis Impor Pakaian Bekas*, diakses melalui: http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Analisis_Kebijakan_Impor_Pakaian_Bekas.pdf pada tanggal 22 Agustus 2021.

⁸Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2003), hlm. 3.

adanya sikap hidup yang berlebih-lebihan (boros) dan tidak pula kikir (*israf*) melainkan adalah ditengah-tengah yang berlandaskan kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*desires*) seseorang.⁹

Menurut Sangadji dan Sopiah keputusan pembelian konsumen adalah perilaku yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan produk yang pada akhirnya dibeli dengan berbagai pertimbangan. Kotler dan Amstrong, menyatakan bahwa terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu: (1) Budaya, subkultur dan kelas sosial, (2) Sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), (3) Pribadi (usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), (4) Psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan tingkah laku).¹⁰



Gambar 1. 2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Thrift Online

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 34 responden diatas, terdapat beberapa faktor yang sangat

⁹Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 53.

¹⁰Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta:Erlangga, 2016), hlm. 159.

mempengaruhi keputusan pembelian produk *thrift online*. Sehingga penulis mengambil 3 faktor keputusan pembelian diantaranya faktor kualitas produk, gaya hidup dan kepercayaan konsumen.

Kualitas produk menurut Juran adalah kesesuaian untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kesesuaian penggunaan produk berarti ketika produk memiliki umur simpan yang lama, yang meningkatkan citra atau status konsumen yang menggunakannya, produk tidak mudah rusak, memiliki jaminan kualitas dan sesuai etika penggunaan.¹¹ Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Tri Putra Ganesha, Sriayu Rinanda dan Vicky F Sanjaya, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹²

Ada beberapa hal yang membuat pakaian *thrift* begitu diminati oleh masyarakat yaitu salah satunya karena rata-rata kualitas pakaian *thrift* impor dalam kondisi yang sangat bagus. Namun, masih ada produk *thrift* yang dijual di pasaran biasanya pakaian yang merupakan produk gagal (*reject*), atau produk-produk luar negeri yang tidak laku dijual. Sehingga selain berisiko terhadap kesehatan, sebagian produk juga memiliki risiko fungsional produk yaitu masalah kualitas pakaian yang mungkin sudah jelek dan usang menyebabkan produk *thrift* cepat rusak ketika digunakan. Konsumen yang membeli produk *thrift* berpendapat bahwa fashion *thrift* yang dijual memiliki model yang unik, murah, bermerek, dan barang impor.

¹¹M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2.

¹²Tri Putra Ganesha, Sriayu Rinanda dan Vicky F Sanjaya, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Store di Instagram*. Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI) Vol. 1. No. 2. Oktober 2020.

Selain karena kualitasnya, konsumen tertarik untuk membeli produk *thrift* tersebut karena gaya hidup yang ingin tampil *fashionable*. Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Arwita Dwi Andriani dan Christina Menuk Sri H bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas *import* di Tempat Biasa *Thrift Store* Surabaya.¹³ Keinginan akan barang *branded* menjadi salah satu alasan seseorang untuk membeli produk *thrift* atau *secondhand*. Hal ini karena menurut Chaney gaya hidup adalah salah satu bentuk ekspresi diri seorang yang biasanya menyerang psikologi, yaitu citra diri (*self-image*).¹⁴ Orang-orang yang memiliki gaya hidup *brand minded* jika tidak dapat membeli barang yang bermerek, maka mereka akan membeli barang bekas yang bermerek, sehingga tanpa sadar membangun citra diri seseorang.

Faktor ketiga yang menjadi pendukung terhadap keputusan pembelian produk *thrift* adalah kepercayaan konsumen. Menurut Gefen, kepercayaan dimotivasi oleh kepercayaan dan rasa tanggung jawab, bersedia membuat diri sendiri peka terhadap tindakan orang yang mereka percayai.¹⁵ Kepercayaan konsumen adalah pemahamannya tentang keandalan penjual dalam hal mengalami dan melaksanakan harapan dan kepuasan konsumen. Hanya

¹³Arwita Dwi Andriani dan Christina Menuk Sri H, *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya*. Journal of Sustainability Business Research ISSN : 2746 – 8607 Vol. 2. No. 1. Maret 2021.

¹⁴David Chaney, *Lifestyle Ed. Indonesia*, (Yogyakarta:Jalasutra, 2017), hlm.14.

¹⁵David Wong, *Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan Ecommerce Di Ubm*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.2, No.2, Juni 2017: 155 – 168.

pelanggan yang memiliki kepercayaan (*trust*) terhadap atribut produk yang akan berani melakukan *thrifting* melalui *thrift shop online*.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrift Online* (Studi Kasus di Shopee)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee?
3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee?
4. Apakah kualitas produk, gaya hidup dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee.

2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan kepercayaan konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di Shopee.

D. Kegunaan Penelitian

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

1. Peneliti

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

2. Praktisi

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. Akademisi

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.