

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perdagangan barang bekas bukanlah sebuah fenomena baru. Barang bekas atau yang lebih kita kenal dengan istilah barang *secondhand* merupakan sebuah barang yang sudah tidak dipergunakan lagi tetapi masih dapat dipergunakan kembali dan masih layak untuk diperjual belikan. Salah satu perdagangan barang bekas yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu pakaian bekas. Pakaian bekas merupakan pakaian yang sudah digunakan oleh orang lain. Perdagangan pakaian bekas saat ini bukan menjadi masalah baru karena isu perdagangan pakaian bekas sudah menyebar diberbagai negara di dunia.

Menurut situs VOI (2020), sejarah perdagangan pakaian bekas sudah ada sejak tahun 1760-1840 an<sup>1</sup>. Sejak terjadinya perang dunia ke-2, perdagangan pakaian bekas secara global telah berkembang sangat pesat. Sekitar tahun 1997 pada saat krisis moneter pakaian bekas masuk ke Indonesia dan pada awalnya berkembang nya berada di wilayah pesisir laut Indonesia. Hal ini bertepatan dengan turunnya nilai mata uang yang mana masyarakat harus dapat mengatur keuangan nya untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup nya. Sehingga membuat masyarakat mencari alternatif untuk dapat bertahan hidup dalam menghadapi krisis tersebut salah satunya dengan cara mengkonsumsi pakaian bekas.

---

<sup>1</sup> <https://voi.id/bernas/2020/demi-misi-sejarah-dan-budaya-i-thrift-shop-i-baju-bekas-harusnya-memang-tak-mahal> diakses pada 19 Mei 2020 pukul 10.04 WIB.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mencatat impor pakaian bekas senilai US\$44.000 dengan volume sebanyak delapan ton pada 2021<sup>2</sup>. Nilai impor ini menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 91,09%. Penurunan ini tidak diimbangi dengan berkurangnya minat dari masyarakat untuk tetap menggunakan pakaian bekas. Berdasarkan survei yang dilakukan aplikasi Carousell pada tahun 2017, menunjukkan bahwa terdapat delapan dari sepuluh orang Indonesia suka membeli pakaian bekas<sup>3</sup>. Carousell merupakan sebuah aplikasi yang digunakan oleh masyarakat untuk menjual barang baru dan barang bekas. Survei ini dilakukan terhadap 1.000 orang di wilayah Jabodetabek, yang berusia antara 20-40 tahun, dengan pendapatan perbulan di atas lima juta rupiah.

Terdapat berbagai alasan masyarakat menyukai penggunaan dari pakaian bekas ini seperti yang disebutkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fitri Yulia (2016) di Kota Bukittinggi menyatakan bahwa faktor penyebab masyarakat membeli pakaian bekas yaitu mengonsumsi sebagai gaya hidup, mengonsumsi sebagai identitas diri, mengonsumsi sebagai *fashion*, mengonsumsi sebagai waktu luang dan mengonsumsi sebagai ekonomi. Adanya perilaku konsumtif masyarakat untuk membeli pakaian bekas juga menjadi faktor membeli pakaian bekas. Perilaku konsumtif ini dapat terjadi karena adanya rasa ingin memiliki barang secara berlebihan tanpa melihat kegunaan dari barang

---

<sup>2</sup> <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/indonesia-impor-pakaian-bekas-senilai-us44000-pada-2021>, diakses pada 29 Juli 2022 pukul 10.50 WIB.

<sup>3</sup> <https://cakdan.com/2017/09/29/survei-82-orang-indonesia-punya-harga-terpendam/> diakses pada 29 Juli 2022 pada pukul 11.30 WIB.

tersebut dan harga yang murah juga akan memicu adanya perilaku konsumtif di masyarakat dan menjadikannya sebuah gaya hidup.

Menurut Chaney (2004) gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang dilakukan oleh individu yang nantinya dapat membedakan individu satu dengan individu lainnya (dalam Suyanto, 2017:139). Gaya hidup yang dimunculkan oleh pengguna pakaian bekas merupakan dampak dari adanya *trend fashion* saat ini. Hal ini karena masyarakat menggunakan pakaian bekas karena ingin terlihat tampil beda. Agar terlihat tampil menarik dihadapan banyak orang tidak harus menggunakan pakaian yang mahal, dengan menggunakan pakaian bekas dapat menjadi salah satu alternatif penunjang dari gaya berpakaian agar lebih menarik.

Pakaian bekas hingga saat ini masih banyak digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sandang. Menurut Herskovits (1952) mengatakan bahwa kebudayaan berperan penting dalam mengontrol perilaku individu dalam mengalokasikan sumber daya (dalam Hidayana, 2018:72). Kebudayaan yang menentukan sesuatu menjadi barang langka atau barang kebutuhan. Membeli dan menggunakan pakaian bekas merupakan suatu hal yang banyak dilakukan oleh masyarakat secara sadar apakah mereka membeli dan menggunakan pakaian bekas hanya sekedar untuk memenuhi gaya hidup atau menjadi kebutuhan sandang masyarakat.

Akibat dari adanya fenomena pakaian bekas yang masih eksis ditengah masyarakat dapat membuka peluang usaha perdagangan pakaian bekas dalam jangka waktu yang cukup lama. Secara umum perdagangan merupakan kegiatan

tukar menukar barang dan jasa atau bahkan keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Saat ini pedagang pakaian bekas dapat ditemui dimana saja, namun dahulu pada umumnya pedagang pakaian bekas dapat ditemui dipasar loak tradisional. Pasar loak merupakan pasar yang memperjual belikan barang-barang loakan, barang bekas atau barang seken termasuk pakaian bekas.

Pasar loak dapat dipandang sebagai suatu kegiatan sosial karena dalam pasar loak berlangsung berbagai aktivitas dan proses sosial, seperti kerja sama, persaingan, pertukaran dan konflik. Pasar loak dilihat sebagai kegiatan budaya karena di dalam kegiatannya melekat aktivitas-aktivitas budaya seperti adanya tradisi tawar menawar, penggunaan waktu luang dan sebagainya (Damsar, 2017:49). Saat ini kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat untuk berburu dan mencari pakaian bekas dikenal dengan sebutan *thirfting*. Inovasi merupakan suatu pembaruan unsur teknologi dan ekonomi dari kebudayaan (Koentjaraningrat, 2011:161). Perdagangan pakaian bekas saat ini meningkat dengan adanya perkembangan teknologi dari penemuan individu atau kelompok sehingga saat ini dapat ditemui perdagangan pakaian bekas secara langsung ataupun *online*.

Masyarakat yang melakukan perdagangan pakaian bekas saat ini tidak dipungkiri bahwa akan mengalami beberapa kendala. Kendala yang dihadapi tersebut tentunya berkaitan dengan adanya larangan pemerintah terkait dengan perdagangan pakaian bekas, sulitnya memperoleh pakaian bekas yang bernilai jual hingga sulitnya memasarkan pakaian bekas. Larangan terhadap perdagangan pakaian bekas sudah dijelaskan dalam peraturan Menteri Perdagangan Republik

Indonesia Nomor 51/M-Dag/Per/7/2015 Tahun 2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas disebutkan bahwa, pakaian bekas dilarang untuk diimpor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (Pasal 2)<sup>4</sup>.

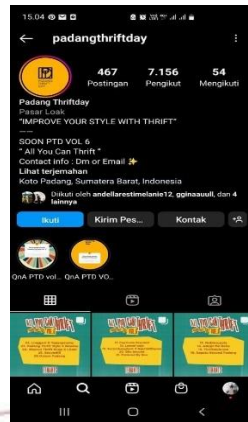
Pakaian bekas impor yang diperjual belikan berpotensi untuk membahayakan kesehatan manusia sehingga tidak aman untuk digunakan kembali. Demi melindungi kepentingan masyarakat maka pemerintah membuat sebuah peraturan untuk larangan impor. Adanya larangan impor yang dibuat oleh pemerintah secara tidak langsung akan berdampak pada perdagangan pakaian bekas yang dilakukan oleh masyarakat. Hal ini karena pedagang akan semakin sulit untuk memperoleh pasokan pakaian bekas dari luar negeri karena adanya peraturan tersebut.

Praktik perdagangan pakaian bekas hingga saat ini masih banyak dilakukan oleh masyarakat dan masih bertahan salah satunya berada di Sumatera Barat tepatnya di Kota Padang. Hal ini terlihat dari rutinya kegiatan yang di adakan *event* pakaian bekas oleh komunitas *Padang Thrift Day* sebanyak empat kali dalam setahun. Lokasi *event* yang diselenggarakan oleh komunitas ini berpindah-pindah antara *cafe* yang satu dengan lainnya dan dilakukan selama lima hari. Untuk mendapatkan informasi terkait dengan *event* yang akan dilakukan masyarakat dapat melihat postingan di akun instagram Padang Thrift Day yaitu *@padangthriftday* pada gambar berikut ini:

---

<sup>4</sup> <http://ditjendaglu.kemendag.go.id/files/regulasi/Permendag51M-DAGPER72015TentangLaranganImporPakaianBekas.pdf> . Diakses pada 6 Januari 2022 pada pukul 10.59 WIB.

**Gambar 1. Akun Instagram Padang Thrift Day**



Sumber: Instagram @padangthriftday, 2022

Berdasarkan **Gambar 1**, terlihat bahwa akun instagram dari *Padang Thrift Day* diikuti oleh lebih dari 7.000 pengguna *instagram*. Dari postingan sebanyak kurang lebih 467 dan terus akan bertambah akan memuat berbagai informasi terkait dengan adanya *event* yang akan diselenggarakan. Selain itu dengan adanya akun *instagram* ini akan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Tidak hanya melalui *event* saja jual beli pakaian bekas dapat dilakukan oleh masyarakat. Persebaran pedagang pakaian bekas juga dapat ditemui dengan mudah di Kota Padang, salah satunya di Pasar Raya tepatnya di Jalan Sandang Pangan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 17 Juni 2022 kepada salah satu pedagang, perdagangan pakaian bekas di lokasi tersebut sudah cukup lama jauh sebelum terjadinya bencana alam gempa bumi yang melanda Kota Padang saat itu dan pada saat terjadi gempa bumi pada tahun 2009 perdagangan pakaian bekas ini sempat berhenti namun dibuka kembali hingga saat ini sehingga untuk awal mula perdagangan ini ada tidak dapat dipastikan.

Dimuat dalam situs Harian Haluan pada tahun 2021, yang mengatakan bahwa bukan hanya pakaian baru, pakaian bekas pun tetap menjadi primadona di tengah masyarakat Kota Padang hingga saat ini<sup>5</sup>. Pakaian bekas sendiri merupakan pakaian yang sudah tidak dipergunakan tetapi masih dapat diperjual belikan dengan bebas. Pakaian bekas merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat yang ingin memiliki pakaian bermerek dengan harga yang murah. Pakaian bekas ini dapat berupa baju kaos, baju kemeja, sweater, hoodie, cardigan, celana dan lain-lain. Dengan merek-merek jual yang cukup terkenal seperti *HnM*, *Uniqlo*, *Zara*, *Balenciaga* dan lain-lain.

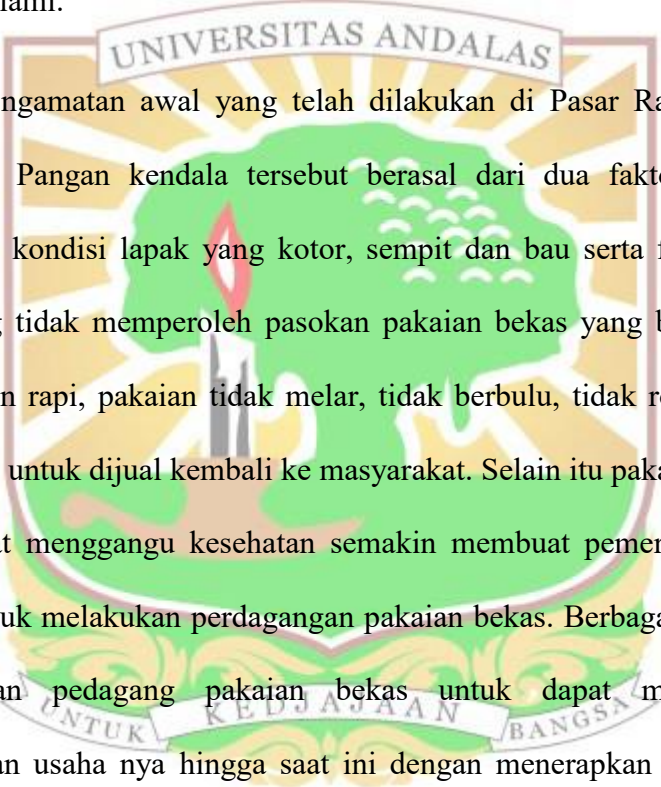
Dari pengamatan awal peneliti, konsumen atau pembeli pakaian bekas di Jalan Sandang Pangan ini adalah anak muda hingga orang dewasa. Perdagangan pakaian bekas di Jalan Sandang Pangan sudah menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat yang cukup menjanjikan. Perdagangan pakaian bekas ini merupakan salah satu sektor ekonomi informal yang mana sektor ini diyakini mampu bertahan dalam perekonomian yang semakin hari semakin sulit. Para pedagang pakaian bekas memanfaatkan situasi, lokasi dan keramaian saat berjualan. Seiring berjalannya waktu permintaan akan pakaian bekas di lokasi tersebut meningkat. Hal ini terbukti dengan ramainya pedagang retail dan pembeli pribadi yang terus berdagang mencari pakaian bekas.

Akibat dari banyaknya peminat pakaian bekas di masyarakat membuat permintaan pasar akan pakaian bekas juga meningkat. Sehingga membuat

---

<sup>5</sup> <https://www.harianhaluan.com/ekbis/pr-101389316/pemin0,at-pakaian-bekas-impor-masih-tinggi-di-padang> ,diakses pada tanggal 10 Februari 2022 pukul 16.57 WIB.

pedagang selalu melakukan transaksi jual beli bal atau pasokan pakaian bekas. Namun dalam praktiknya untuk memperoleh pasokan pakaian bekas yang bernilai jual tersebut pedagang terkendala karena tidak dapat melihat langsung isi bal tersebut dan minimnya informasi pedagang terkait dengan keberadaan pemasok pakaian bekas yang baik. Selain itu dalam pelaksanaannya memasarkan pakaian bekas yang dilakukan oleh pedagang di lokasi tersebut memiliki beberapa kendala yang sering dialami.



Dari pengamatan awal yang telah dilakukan di Pasar Raya tepatnya di Jalan Sandang Pangan kendala tersebut berasal dari dua faktor yaitu faktor internal seperti kondisi lapak yang kotor, sempit dan bau serta faktor eksternal yaitu pedagang tidak memperoleh pasokan pakaian bekas yang berkualitas atau dari segi jahitan rapi, pakaian tidak melar, tidak berbulu, tidak robek, tidak ada noda permanen untuk dijual kembali ke masyarakat. Selain itu pakaian bekas yang dikatakan dapat mengganggu kesehatan semakin membuat pemerintah melarang masyarakat untuk melakukan perdagangan pakaian bekas. Berbagai cara tentunya telah dilakukan pedagang pakaian bekas untuk dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya hingga saat ini dengan menerapkan sebuah strategi dan hubungan kerja sama yang baik.

Meskipun dalam praktiknya perdagangan pakaian bekas yang dilakukan oleh beberapa pedagang di Jalan Sandang Pangan terdapat kendala, namun hingga saat ini pedagang masih eksis menjual pakaian bekas dikarenakan keuntungan yang didapatkan cukup besar. Dengan banyaknya resiko dari kendala yang dihadapi pada saat melakukan perdagangan pakaian bekas yang dirasakan oleh



pedagang tidak membuat pedagang ingin menutup usaha mereka. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui profil dari pedagang yang melakukan perdagangan pakaian bekas hingga saat ini dan, bagaimana cara yang dilakukan oleh pedagang tersebut agar dapat mempertahankan perdagangan pakaian bekas ditengah berbagai kendala yang mereka dihadapi pada saat memperoleh pasokan pakaian bekas dan memasarkannya untuk keberlangsungan hidup dan memenuhi kebutuhannya saat ini.

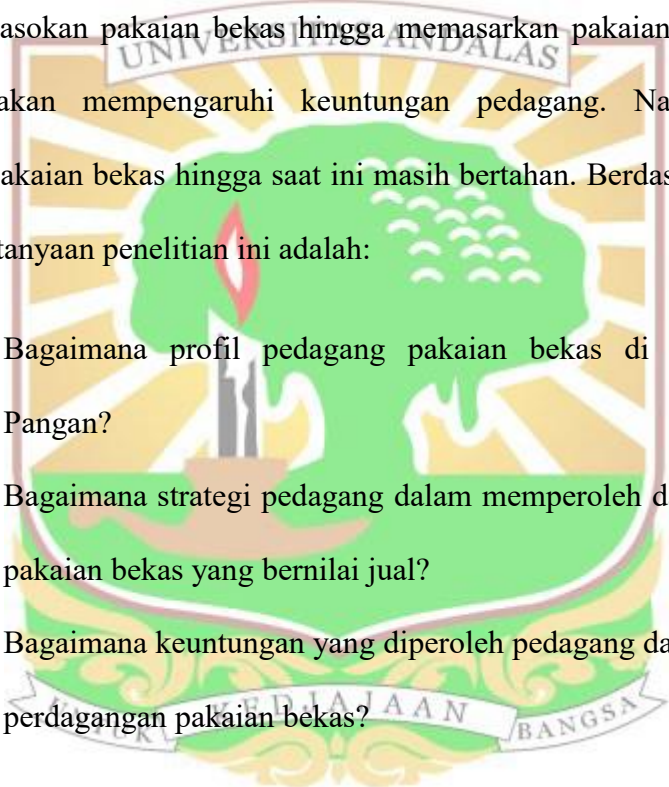
## **B. Rumusan Masalah**

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan sandang manusia. Salah satu jenis pakaian yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu pakaian bekas. Pakaian bekas merupakan pakaian yang tidak digunakan lagi tetapi masih layak untuk diperjual belikan dan digunakan kembali. Pakaian bekas saat ini banyak diminati oleh masyarakat sehingga membuat banyak masyarakat melakukan perdagangan pakaian bekas. Perdagangan pakaian bekas saat ini dijadikan sebagai salah satu mata pencaharian masyarakat yang cukup menjanjikan.

Namun, dalam praktiknya untuk melakukan perdagangann pakaian bekas terdapat berbagai kendala yang akan dihadapi pedagang. Pertama pemerintah melarang keberadaan perdagangan pakaian bekas ini dan sudah dijelaskan didalam peraturan perundang-undangan. Hal ini dikarenakan pakaian bekas dianggap kotor, tidak layak konsumsi, dan dapat mengganggu kesehatan. Kedua yaitu itu sulitnya memperoleh pasokan barang yang berkualitas hingga sulitnya memasarkan pakaian bekas juga dengan harga dan kualitas yang baik. Dari berbagai permasalahan tersebut pedagang dituntut harus mengetahui berbagai cara

yang tepat agar selalu dapat mempertahankan usahanya dan memperoleh keuntungan salah satunya dengan penerapan sebuah strategi yang dilakukan.

Hal ini juga yang menjadi pertanyaan bagi penulis, meskipun dalam praktiknya dapat dikatakan terdapat banyak kendala namun beberapa pedagang hingga saat ini masih aktif melakukan perdagangan pakaian bekas dengan banyak menikmati keuntungan-keuntungan yang ditawarkan. Kendala tersebut baik dari memperoleh pasokan pakaian bekas hingga memasarkan pakaian bekas tersebut yang mana akan mempengaruhi keuntungan pedagang. Namun mengapa perdagangan pakaian bekas hingga saat ini masih bertahan. Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

- 
1. Bagaimana profil pedagang pakaian bekas di Jalan Sandang Pangan?
  2. Bagaimana strategi pedagang dalam memperoleh dan memasarkan pakaian bekas yang bernilai jual?
  3. Bagaimana keuntungan yang diperoleh pedagang dalam melakukan perdagangan pakaian bekas?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan profil pedagang pakaian bekas di Jalan Sandang Pangan.
2. Mendeskripsikan strategi pedagang dalam memperoleh dan memasarkan pakaian yang bernilai jual.
3. Mendeskripsikan keuntungan yang diperoleh oleh pedagang dalam melakukan perdagangan pakaian bekas.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian memiliki beberapa manfaat yang dapat dibagi dalam 2 jenis yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis:

### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan mengenai Antropologi Ekonomi. Selain itu penelitian ini juga menambah wawasan dan pemahaman terkait dengan strategi dalam memperoleh hingga memasarkan pakaian bekas yang dilakukan oleh pedagang di Kota Padang. Penelitian ini juga akan memberikan gambaran mengenai karakteristik atau bentuk bisnis secara informal yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah referensi oleh masyarakat untuk dapat mengetahui strategi dalam melakukan perdagangan pakaian bekas yang baik ditengah masyarakat dan penelitian ini dapat menjadi sebuah acuan bagi mahasiswa yang ingin membuka usaha pakaian bekas yang dipahami sebagai aktifitas ekonomi sektor informal.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Adapun ada beberapa tulisan yang menjadi referensi dalam penelitian ini akan dijadikan sebuah acuan dalam melakukan penelitian mengenai Strategi Pedagang Dalam Memperoleh Dan Memasarkan Pakaian Bekas (Studi Kasus Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Raya Kota Padang). Sebagaimana dalam referensi ini ada beberapa tulisan yang memiliki kaitannya secara langsung atau

secara tidak langsung dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan bisa dijadikan referensi antara lain yaitu:

Penelitian pertama dilakukan oleh Putri Caesar Novia Amerta (2019) yang berjudul "*Strategi Pedagang Pakaian Bekas Dalam Memasok Barang Di Kota Bukittinggi*". Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pedagang pakaian bekas di Kota Bukittinggi dalam memperoleh barang dagangan serta untuk keberlangsungan usaha yang mereka lakukan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan beberapa teknik penelitian, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AGIL yang dikemukakan oleh Talcott Parsons. Teori ini digunakan yaitu adanya tujuan yang ingin dicapai oleh pedagang agar dapat bertahan, selain itu pedagang memiliki integrasi antara pedagang-pedagang sehingga akan terjadi sebuah keseimbangan dalam sistem secara keseluruhan dan perdagangan ini harus menjaga nilai kepercayaan antara sesama pedagang agar tetap bertahan dan usaha yang mereka jalankan lancar oleh karena itu pedagang memerlukan sebuah strategi.

Lokasi penelitian yaitu di Kota Bukittinggi tepatnya di Pasar Seken. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa untuk dapat mempertahankan dan keberlangsungan usaha pedagang pakaian bekas harus membangun jaringan sosial, membayar oknum kepolisian atau tentara dikarenakan pasokan pakaian bekas sebagian merupakan barang ilegal, integrasi antara pedagang pakaian bekas yang ada di Kota Bukittinggi dan menjaga sirkulasi penjualan barang agar tetap stabil.

Penelitian kedua dilakukan oleh Trisna Br Sinuhaj (2019) yang berjudul *“Strategi Berusaha Pedagang Pakaian Bekas Di Jalan Veteran Berastagi Kabupaten Karo”*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan profil pedagang dan mengetahui strategi yang digunakan pedagang pakaian bekas. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian yaitu di Kecamatan Berastagi Jalan Veteran Berastagi Kabupaten Karo. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu dilihat dari karakteristik pedagang pakaian bekas dimana usia yang dominan adalah usia produktif, rata-rata pedagang berjenis kelamin perempuan yang kebanyakan berasal dari suku karo dan batak yang keseluruhan pedagang beragama kristen dan sebagian kecil beragama islam dengan tingkat pendidikan yang cukup rendah. Sebagaimana pedagang memiliki status perkawinan yaitu sudah menikah. Strategi yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas yaitu melakukan promosi barang, memilih lokasi yang strategis, mengenali pelanggan, memuaskan konsumen dan konsisten dalam berusaha. Selain itu pedagang membangun relasi dengan pelanggan, persaingan dari jenis barang, dan mengatur waktu berjualan merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk mempertahankan usahanya.

Penelitian ketiga yaitu oleh Rivaldi L. Saputro (2018) yang berjudul *“Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)”*. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan guna untuk mengetahui gaya hidup dimasyarakat serta di ikuti dengan trend fashion yang berlangsung atau adanya trend pakaian

bekas yang menjadikan kehadiran pasar menjadi sebuah trend thrift store. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Lokasi dari penelitian yang dilakukan berada di Pasar Gembong Tebasan di Jalan Gembong Tebasan, toko “Tempat Biasa” di Jl. Dukuh Menanggal III BLKIP No. 36, dan thrift store “Badkidstore” Jl. Gayungan 8 Blok A No. 8 Gayungan, kota Surabaya. Hasil penelitian dalam penelitian ini yaitu bahwa 1) gaya hidup hidup dari penggunaan pakaian bekas telah menjadi sebuah budaya populer di masyarakat, 2) Akibatnya banyak ditemukan thrift store, dengan strategi pemasaran mereka antara lain penjual memiliki sosial media dan sarana online shop selain itu penjual harus bersikap ramah dan sabar kepada konsumen, 3) Selain itu kondisi toko yang bagus dirasa memiliki kenyamanan tersendiri bagi konsumen karena suasana toko terlihat oldest dengan dekorasi ruang yang bagus.

Penelitian keempat yaitu oleh Lisna Muzdalifah dkk (2021) yang berjudul *“Jaringan Sosial Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Subuh Jalan Pasar Baru Kelurahan Kertak Baru Ilir Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin”*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui terbentuknya jaringan sosial pedagang pakaian bekas dan mengetahui upaya yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas dalam memelihara jaringan sosial tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Lokasi penelitian yaitu berada di Pasar Subuh Jalan Pasar Baru Kel. Kertak Baru Ilir Kec. Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin. Hasil penelitian dalam penelitian ini bahwa 1) terdapatnya dua jaringan sosial pedagang pakaian bekas yaitu, jaringan

sosial pedagang pakaian bekas dengan pedagang besar yang didalamnya ada resiprositas (hubungan timbal balik), kepercayaan dan peraturan atau norma, selanjutnya jaringan sosial pedagang pakaian bekas dengan reseller yang mana di dalam hubungannya terdapat hubungan yang saling menguntungkan, 2) upaya pedagang pakaian bekas dalam memelihara jaringan sosial yang terbentuk antara pedagang besar dengan reseller dengan cara memelihara kepercayaan, menjaga hubungan resiprositas, memelihara peraturan atau norma, memelihara sikap dan memelihara dengan memberikan potongan harga. Jaringan sosial merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pedagang pakaian bekas untuk menjalankan dan mempertahankan usaha yang dilakukannya.

Penelitian yang kelima oleh Fitri Yulia (2016) yang berjudul “*Faktor Penyebab Masyarakat Membeli Pakaian Bekas Di Kota Bukittinggi*”. Penelitian ini lakukan untuk mengetahui berbagai faktor penyebab masyarakat membeli pakaian bekas di Kota Bukittinggi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Pasar Seken Kota Bukittinggi. Dari penelitian yang dilakukan didapati bahwa faktor penyebab masyarakat membeli pakaian bekas yaitu mengonsumsi sebagai gaya hidup, mengonsumsi sebagai identitas diri, mengonsumsi sebagai fashion, mengonsumsi sebagai waktu luang dan mengonsumsi sebagai ekonomi. Hal ini tentunya membuat banyak nya masyarakat yang membeli pakaian bekas maka dari itu jika pedagang ingin barang mereka laku terjual maka pedagang harus memiliki strategi dalam memperoleh barang hingga memasarkannya kepada masyarakat.

## **F. Kerangka Pemikiran**

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Hal ini dikarenakan dalam kehidupan manusia akan saling berinteraksi dengan manusia lainnya. Agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya manusia akan hidup secara berdampingan dengan manusia lainnya. Karena harus hidup secara berdampingan setiap manusia harus memiliki pedoman hidup dalam mengatur kehidupannya di lingkungan alam, sosial dan budaya ditempat mereka tinggal. Dalam Ilmu Antropologi pedoman hidup dikenal dengan istilah kebudayaan. Berdasarkan konsep kebudayaan yang dikemukakan oleh Koetjaraningrat (2009) kebudayaan merupakan seluruh sistem gagasan (nilai), tindakan dan hasil karya yang didapat melalui proses belajar dan nantinya dijadikan pedoman hidup oleh masyarakat dalam menjalani kehidupannya.

Menurut Kluckhohn (dalam Koetjaraningrat, 2009:165) mengatakan bahwa terdapat tujuh unsur kebudayaan yang mana hampir seluruh masyarakat memiliki unsur tersebut yaitu sistem pengetahuan, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem bahasa, sistem mata pencaharian hidup, sistem kesenian dan sistem religi. Salah satu unsur kebudayaan ini yaitu sistem mata pencaharian tergambar dalam kehidupan masyarakat yaitu sebagai pedagang pakaian bekas di Kota Padang tepatnya di Pasar Raya. Hal ini merupakan sebuah aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat untuk keberlangsungan hidup mereka dan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sosial ekonominya.

Studi aktifitas ekonomi manusia dalam antropologi dikenal dengan studi Antropologi Ekonomi. Antropologi Ekonomi adalah sebuah bidang kajian



antropologi sosial budaya yang memusatkan studinya pada gejala ekonomi dalam kehidupan masyarakat (Sairin, 2016:4). Menurut Hidayana (2018:34), mengatakan bahwa budaya ekonomi merupakan studi yang menganggap bahwa manusia tidak dapat dilihat sebagai *homo economicus* dan proses dari ekonomi tidak dapat dipisahkan dengan tegas dengan proses sosial, politik dan budaya. Salah satu kegiatan gejala ekonomi yang ada ditengah masyarakat yaitu adanya perdagangan pakaian bekas dimasyarakat.

Menurut Goodenough, kebudayaan merupakan segala sesuatu yang diketahui, diyakini agar nantinya seseorang dapat bertindak dengan cara-cara yang dapat diterima oleh masyarakat dan nantinya dapat memainkan peranan dengan keumumannya. Kebudayaan menurut Goodenough meliputi cara melihat dan berfikir secara seragam, tentang dunia cara memahami suatu hubungan dengan manusia lainya, benda dan kejadian, cara memilih dan merencanakan tanggapan serta cara melaksanakan kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai (Keesing, 2010).

Hingga saat ini pertumbuhan penggunaan dari pakaian bekas yang ada banyak menimbulkan *trend fashion* dan menjadi sebuah kebutuhan sandang. Sehingga membuat fenomena pakian bekas masih bertahan dan dijadikan bisnis oleh sebagian masyarakat. Salah satu lokasi perdagangan pakaian bekas yang dilakukan oleh sebagian masyarakat ini terdapat di Jalan Sandang Pangan Pasar Raya. Meskipun banyak diminati oleh masyarakat tidak menutup kemungkinan bahwa dalam pelaksana nya terdapat beberapa kendala. Kendala tersebut mulai dari adanya larangan pemerintah terkait perdagangan pakaian bekas sehingga

sulitnya memperoleh pasokan barang yang berkualitas (jahitan pakaian rapi, tidak robek, tidak terdapat noda permanen, tidak melar, tidak berbulu) dan sulitnya memasarkan pakaian bekas.

Karena adanya *trend fashion*, kebutuhan sandang ditengah masyarakat memunculkan semua fenomena pakaian bekas hingga saat ini terus akan berkembang. Disini masyarakat dapat membeli pakaian dengan harga murah dengan kualitas dan model yang bagus. Oleh karena itu pedagang harus memikirkan sebuah usaha untuk selalu mendapatkan pakaian bekas yang banyak diminati, kualitas yang bagus serta mencari pemasok yang baik dan bagaimana cara yang tepat untuk menjualnya kepada pembeli. Akibat dari beberapa kendala yang dihadapi oleh pedagang melahirkan sebuah usaha yang dilakukan oleh pedagang untuk meminimalisir kerugian. Usaha ini tidak lepas dari cara yang dilakukan oleh pedagang untuk memperoleh pasokan pakaian bekas ditengah adanya larangan pemerintah dan sulitnya memasarkan pakaian bekas.

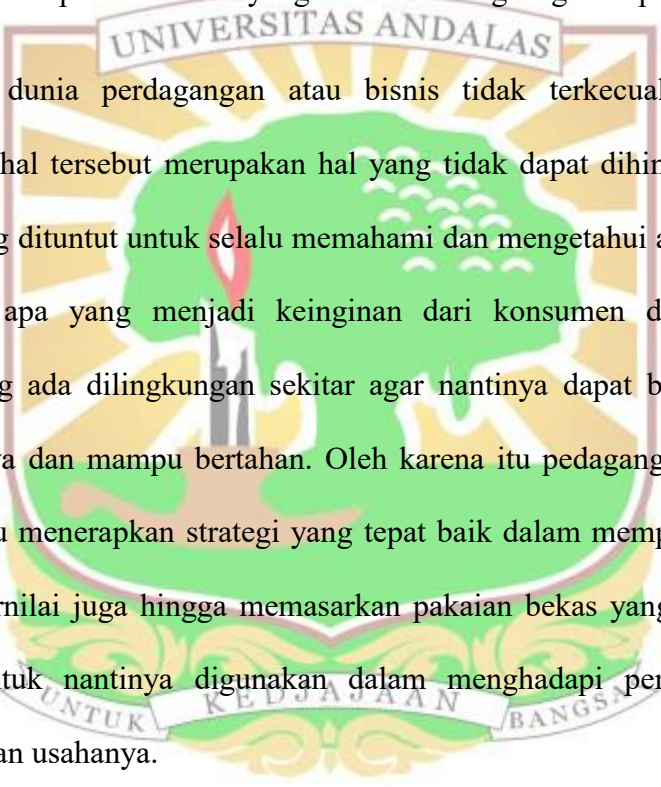
Usaha yang dilakukan oleh pedagang tersebut yaitu mengetahui keberadaan pemasok pakaian bekas yang baik, baik disini dimaksudkan seperti memberikan harga yang baik, menyediakan pasokan yang berkualitas. Berkualitas disini dimaksudkan dengan kondisi jahitan pakaian masih bagus, tidak robek, tidak melar, kainnya bagus, tidak berbulu atau bahkan tidak memiliki noda permanen. Usaha yang nantinya akan dilakukan oleh pedagang pakaian bekas termasuk dalam sistem berfikir manusia yaitu dengan memunculkan cara-cara untuk memperoleh pasokan pakaian bekas. Sehingga berbagai aktivitas yang terjadi yang dilakukan oleh individu akan melahirkan sebuah pola. Pola itu sendiri

muncul dari sistem berfikir manusia yang mana sistem berfikir itu yang dikatakan budaya sebagai pengetahuan.

Dan dari maka itu penulisan ini, dikaitkan dengan konsep strategi. Kebudayaan terdiri dari pedoman untuk menentukan seperti apa strategi yang harus dilakukan pedagang pakaian bekas di Jalan Sandang Pangan. Strategi berasal dari Bahasa Yunani "*Strategus*" yang artinya seninya para jenderal (*The art of general*). Strategi sebagai seni memerlukan kepekaan instuisi, imajinasi atau *feeling*. Strategi sebagai ilmu pengetahuan merupakan suatu hal yang terus berkembang untuk menemukan cara baru atau inovasi, terutama dalam kaitanya dengan perkembangan penggunaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Strategi pada prinsipnya berkait dengan persoalan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan, penentuan sarana dan penentuan cara atau metode penggunaan sarana tersebut. Strategi perlu didukung oleh sebuah kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan dan peluang yang ada (Suryono, 2020:175).

Menurut Stoner Freeman dan Gilbert (Aprizal, 2018:52) mengatakan bahawa konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, pertama dari perspektif apa yang ingin dilakukan oleh individu tau seseorang atau kelompok (*intends to do*) yang kedua dari perspektif apa yang akhirnya dilakukan oleh individu tau kelompok tersebut (*eventually does*). Dari perspektif pertama disimpulkan bahwa strategi didefinisikan sebagai sebuah program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan sebagai hasil implementasi misinya. Berdasarkan perspektif kedua strategi dikatakan sebagai pola tanggapan atau respon terhadap lingkungannya sepanjang waktu.

Pada saat ini pedagang seharusnya memiliki sebuah strategi meskipun tidak tertulis secara jelas dan rinci. Strategi ini merupakan suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan rencana tertentu. Strategi muncul dari hasil interpretasi manusia dengan menggunakan kerangka. Dalam perdagangan pakaian bekas strategi dilakukan untuk dapat memperoleh pasokan pakaian bekas yang bernilai jual dan dalam memasarkan pakaian bekas yang dilakukan langsung oleh pedagang.

The logo of Universitas Andalas is a shield-shaped emblem. At the top, a banner reads "UNIVERSITAS ANDALAS". The central part of the shield features a green tree with a red flame-like shape at its base. Below the tree, a banner contains the motto "UNTUK KEMAJUAN BANGSA". The shield is surrounded by a decorative border.

Dalam dunia perdagangan atau bisnis tidak terkecuali perdagangan pakaian bekas hal tersebut merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Untuk itu setiap pedagang dituntut untuk selalu memahami dan mengetahui apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan dari konsumen dan mengetahui perubahan yang ada dilingkungan sekitar agar nantinya dapat bersaing dengan pedagang lainnya dan mampu bertahan. Oleh karena itu pedagang dituntut untuk melakukan atau menerapkan strategi yang tepat baik dalam memperoleh pakaian bekas yang bernilai juga hingga memasarkan pakaian bekas yang baik ditengah masyarakat untuk nantinya digunakan dalam menghadapi persaingan dalam mempertahankan usahanya.

Selanjutnya penulis menggunakan konsep pemasaran. Kegiatan pemasaran dalam kegiatan perdagangan merupakan salah satu hal penting yang dilakukan oleh pedagang. Pemasaran sendiri mencakup aktivitas yang berhubungan langsung dengan tindakan menciptakan guna manfaat karena waktu, tempat serta kepemilikannya. Didalam proses pemasaran akan terjadi sebuah pergerakan dari mulai barang berada di satu tempat berada ditempat lainnya yang

mana dalam pergerakan tersebut mencakup aktivitas komersil yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa diantara produsen, distributor dan konsumen (Nasution, 1997:193).

Penelitian ini juga menggunakan konsep bernilai jual. Menurut KBBI bernilai memiliki arti mempunyai nilai, berharga dan bermutu. Sedangkan jual di dalam KBBI berarti menukar sesuatu barang dengan uang. Dalam pakaian bekas yang bernilai jual dimaksudkan sebagai pakaian yang sudah tidak digunakan namun dari segi kualitas memiliki kondisi pakaian (bersih, tidak robek), bahan, model dan merek pakaian yang bagus dan memiliki nilai jual. Artinya pakaian yang sebelumnya tidak ada bernilai apa-apa dapat jual kembali jika memiliki kondisi yang bagus dengan dipasarkan lebih baik, seperti ditata semenarik mungkin. Selain itu pakaian bekas semakin bernilai jual jika pakaian bekas tersebut merupakan salah satu pakaian bermerek dan pakaian bekas merupakan pakaian edisi terbatas karena dalam satu item pakaian bekas hanya berjumlah satu. Agar pakaian bekas lebih bernilai jual dimata masyarakat pedagang dapat mencuci dan menyetrinya terlebih dahulu untuk menaikkan nilai jualnya sehingga pakaian bekas dapat terlihat seperti baru.

Maka dari itu untuk memperoleh pakaian bekas yang bernilai jual di mata masyarakat pedagang tentunya harus memiliki cara terkait bagaimana memperoleh pasokan barang tersebut. Cara tersebut antara lain terkait informasi, waktu, tempat, tindakan yang dilakukan dan hingga membentuk hubungan jaringan sosial. Konsep bernilai jual disini menjelaskan tentang seperti apa pakaian bekas yang layak diperjual belikan oleh pedagang kepada masyarakat

dengan kondisi yang masih baik hingga pakaian bekas bermerek dan dapat menarik perhatian masyarakat untuk membeli pakaian bekas tersebut.

Selanjutnya penelitian ini menggunakan teori jaringan sosial dari Barnes. Seperti yang dikemukakan oleh Barnes (1990) bahwa hubungan-hubungan interaksi antar individu yang ada di masyarakat dapat dikatakan sebagai jaringan sosial (dalam Koentjaraningrat, 1990:152). Setiap hubungan sosial yang ada di dalam masyarakat disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada pada diri individu yang bersangkutan. Hubungan sosial di masyarakat disesuaikan dengan ruang dan waktu atau konteks sosial agar nantinya menunjukkan adanya suatu keteraturan.

Menurut Lawang (2004) jaringan merupakan terjemahan dari network yang berasal dari kata net dan work. Net berarti jaringan (seperti jala) yaitu, sesuatu yang berhubungan satu sama lain melalui simpul-simpul (ikatan). Kata jaring ditambahkan dengan kerja (work) sehingga bermakna kerja (bekerja) dalam hubungan simpul-simpul (dalam Damsar 2017:79). Jaringan di ibaratkan dengan sebuah jaring, yang mana jaring tersebut akan semakin kuat jika ikatan atau simpulnya banyak dan kompleks dan mampu mencapai tujuannya dengan cara bekerja sama berlandaskan hubungan sosial yang terjalin diantara simpul atau anggota. Jaringan sosial merupakan suatu jaringan yang bertipe khusus, yang mana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah hubungan sosial berpijak pada jenis ikatan ini, maka secara langsung atau tidak langsung yang menjadi anggota suatu jaringan sosial adalah manusia (*person*) (Agusyanto, 2007:13).

Barnes (2007) membedakan jaringan sosial menjadi dua yaitu jaringan sosial total dan jaringan sosial patrial atau bagian (dalam Agusyanto, 2007:33). Jaringan total digunakan untuk menyebutkan jaringan sosial yang kompleks tersebut atau keseluruhan jaringan yang dimiliki oleh individu dan mencakup berbagai bidang kehidupan di dalam masyarakat. Sedangkan jaringan sosial bagian merupakan jaringan sosial yang berisi hanya satu jenis hubungan sosial saja atau jaringan yang dimiliki oleh individu secara terbatas pada bidang kehidupan tertentu seperti jaringan politik, jaringan ekonomi, jaringan kekerabatan dan sebagainya. Dilihat dari tujuan hubungan sosial yang membentuk jaringan sosial yang ada di dalam masyarakat dibedakan menjadi 3 jenis yaitu:

- a. Pertama jaringan interest (kepentingan) yang merupakan jaringan sosial yang terbentuk atas dasar kepentingan atau terbentuk dari hubungan sosial yang bermuatan kepentingan. Jaringan kepentingan ini terbentuk oleh adanya sebuah hubungan yang bermakna tujuan tertentu. Apabila tujuan tersebut spesifik dan konkret seperti untuk memperoleh pekerjaan, barang ataupun jasa maka jika tujuan-tujuan tersebut sudah dicapai oleh pelaku biasanya hubungan ini tidak akan berkelanjutan atau sementara dan sering berubah-ubah. Sedangkan jika tujuan-tujuan tersebut tidak sekonkret dan spesifik seperti itu atau tujuan-tujuan tersebut akan selalu berulang dan akan terbentuk secara relative stabil dan permanen (Agusyanto, 2007:35)
- b. Kedua jaringan sentiment (emosi), merupakan jaringan sosial yang terbentuk atas muatan perasaan atau emosi dan hubungan sosial menjadi tujuan dan tindakan sosial. Jaringan ini terbentuk atas dasar hubungan

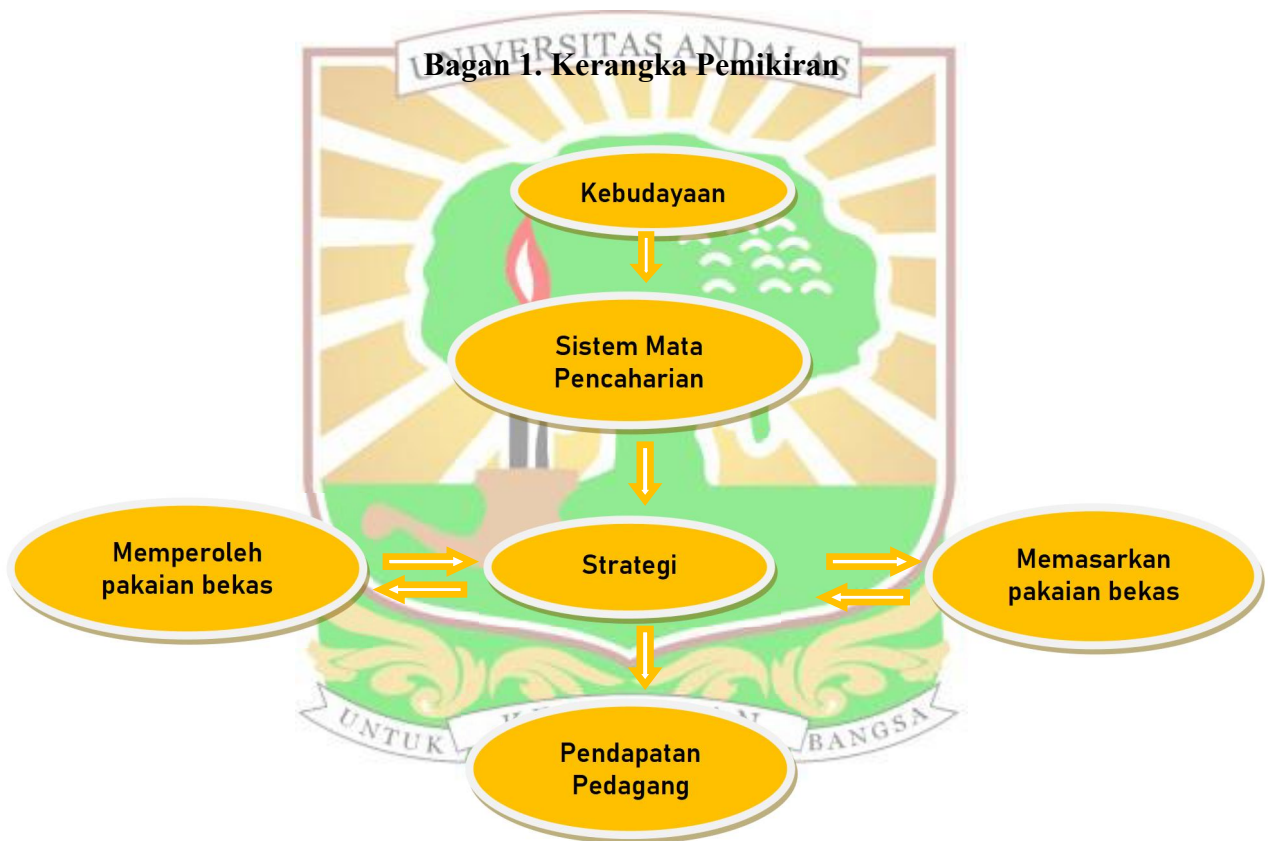
sosial yang bermuatan emosi seperti percintaan, pertemanan atau hubungan kerabat, dan sejenisnya. Struktur sosial yang terbentuk dari hubungan-hubungan emosi pada umumnya lebih mantap atau permanen. Hubungan sosial yang terbentuk biasanya akan cenderung menjadi sebuah hubungan yang lebih dekat dan terus-menerus. Di antara para pelaku terdapat kecenderungan menyukai atau tidak menyukai pelaku lain dalam jaringan. Oleh karena itu muncul adanya saling kontrol yang relative kuat diantara pelaku sehingga nantinya memudahkan lahirnya nilai dan norma yang mengembangkan kontinuitas pola-pola jaringan yang relative stabil sepanjang waktu yang mana dari jaringan ini akan muncul rasa solidaritas. Artinya pelaku cenderung mengurangi kepentingan pribadinya (Agusyanto,2007:37-38).

- c. Ketiga yaitu jaringan power, jaringan ini terbentuk karena adanya hubungan sosial yang bermuatan power atau kekuasaan yang membentuk jaringan bermuatan power. Di dalam jaringan power, konfigurasi-konfigurasi saling berkaitan antar pelaku di dalamnya yang disengaja atau diatur oleh kekuasaan. Hubungan power ini biasanya ditunjukkan pada penciptaan kondisi yang dibutuhkan oleh seseorang untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan. Unit sosialnya adalah buatan yang telah direncanakan dan telah distrukturkan secara sengaja dari kekuasaan. Kekuasaan disini dimaksudkan sebagai kemampuan seseorang atau unit sosial untuk mempengaruhi perilaku dan pengambil keputusan orang atau unit sosial lainnya melalui pengendalian. Jaringan sosial tipe ini



mempunyai pusat kekuasaan yang secara terus menerus mengkaji ulang kinerja unit sosialnya dan mempolakan kembali strukturnya untuk kepentingan efisiensi. Oleh karena itu jaringan ini tidak dapat menyandarkan diri pada kesadaran para anggota nya untuk dapat memenuhi kewajiban anggota secara sukarela. (Agusyanto, 2007: 36-37).

Berikut ini bahan kerangka pemikiran penelitian:



Keterangan:

- ↓ : Hubungan
- ↔ : Jaringan sosial

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jalan Sandang Pangan Pasar Raya yang berlokasi di Kampung Jao, Kecamatan Padang Barat Kota Padang Sumatera Barat. Jalan Sandang Pangan merupakan salah satu jalan yang berada di Pasar Raya Padang. Jalan Sandang Pangan merupakan salah satu lokasi yang di jadikan tempat berjualan oleh masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terkait dengan profil pedagang pakaian bekas dan cara yang dilakukan oleh pedagang pakaian bekas dalam memperoleh hingga memasarkan pakaian bekas. Untuk menuju ke lokasi tersebut jika dari arah lampu merah Tarandam kita lurus menuju Polres Kota Padang sejauh kurang lebih 100 meter kita belok kanan dan disanalah lokasi pedagang pakaian bekas. Jika kita masuk dari arah lampu merah Sawahan kita terus jalan hingga bertemu dengan Mal Pelayanan Publik, setelah itu belok kiri dan jalan sejauh kurang lebih 200 meter dan kita akan menemukan pedagang pakaian bekas.

Salah satu alasan penelitian dilakukan dilokasi tersebut adalah karena masih bertahan nya aktivitas jual beli pakaian bekas di tengah sulitnya persaingan pasar dan ramainya pembeli pakaian bekas dilokasi tersebut hingga saat ini. Lokasi ini di pilih juga karena belum ada nya penelitian yang pernah dilakukan lokasi tersebut dan lokasi ini merupakan pusat perbelanjaan besar yang ada di Kota Padang dan letak nya yang sangat strategis

## 2. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975) mendefinisikan kualitatif sebagai prosedur peneliti yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku individu yang diamati (dalam Moleong 1996: 3). Penelitian ini bersifat deskriptif karena akan berisi kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut dan data tersebut dapat berupa naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, foto dan dokumen lain nya (Moleong 1996: 6). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus. Studi kasus merupakan suatu pendekatan yang dilakukan terhadap suatu kesatuan sistem, dimana kesatuan ini dapat berupa program kegiatan, atau sekelompok individu yang terikat oleh waktu, tempat dan ikatan tertentu. Creswell (2015:37-38) mengatakan bahwa studi kasus adalah spesifikasi kasus budaya ataupun suatu potret kehidupan.

Creswell mengatakan beberapa karakteristik dari studi kasus, yaitu pertama mengidentifikasi kasus untuk suatu studi, kedua kasus merupakan sebuah sistem yang terikat oleh waktu dan tempat, ketiga studi kasus menggunakan berbagai informasi dalam pengumpulan data agar dapat memberikan gambaran yang rinci, keempat yaitu peneliti akan menghabiskan waktu dalam menggambarkan konteks untuk suatu kasus (Creswell, 2015: 36-37). Pemilihan studi kasus ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai strategi dalam memperoleh hingga memasarkan pakaian bekas di Jalan Sandang Pangan yang dilakukan oleh pedagang.

### 3. Matriks Data

Tabel 1. Matriks Data

No	Pertanyaan / Tujuan	Rincian Data	Sumber Data dan Informan	Teknik	Instrumen
1.	Pengetahuan pedagang mengenai strategi memperoleh pakaian bekas yang bernilai jual	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Cara yang dilakukan pedagang untuk mendapatkan informasi mengenai pakaian bekas</li> <li>b) Mencari tahu waktu yang tepat untuk mengambil pasokan pakaian bekas</li> <li>c) Cara pemilihan bal pakaian bekas yang tepat agar pakaian bekas yang didapat berkualitas tinggi</li> <li>d) Membangun kerja sama dan membangun hubungan yang baik bersama pemasok atau pemasok</li> </ul>	Primer: Pedagang pakaian bekas Sekunder: Internet, buku	Observasi, wawancara mendalam Studi dokumentasi, arsip dari internet	Dokumen arsip dan liputan media, pedoman wawancara mendalam dan observasi
2.	Pengetahuan pedagang mengenai strategi memasarkan pakaian bekas yang baik	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Melakukan pendekatan kepada pembeli dengan bersikap ramah dan memberi harga yang pas</li> <li>b) Pedagang menjual pakaian bekas yang berkualitas tinggi untuk memudahkan laku nya barang terjual</li> <li>c) Merapikan tempat berjualan atau lapak pedagang</li> <li>d) Para pedagang harus memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli</li> </ul>	Primer: Pedagang pakaian bekas dan pembeli atau masyarakat Sekunder: Internet, jurnal	Observasi, wawancara mendalam, Studi dokumentasi, arsip dari internet	Dokumen arsip dan liputan media, pedoman wawancara dan observasi
3.	Mengetahui keuntungan yang didapat oleh pedagang bekas dengan menerapkan strategi yang telah dilakukan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Cara yang dilakukan oleh pedagang untuk meningkatkan dan mempertahankan pendapatan atau keuntungan</li> <li>b) Apakah dengan menerapkan strategi untuk mendapatkan dan memasarkan pakaian bekas dapat meningkatkan pendapatan atau keuntungan para pedagang</li> <li>c) Berapa pendapatan yang akan didapat oleh pedagang jika sudah menerapkan strategi dalam mendapatkan dan memasarkan pakaian bekas di masyarakat</li> </ul>	Primer: Pedagang pakaian bekas	Observasi dan wawancara mendalam	Pedoman wawancara dan observasi

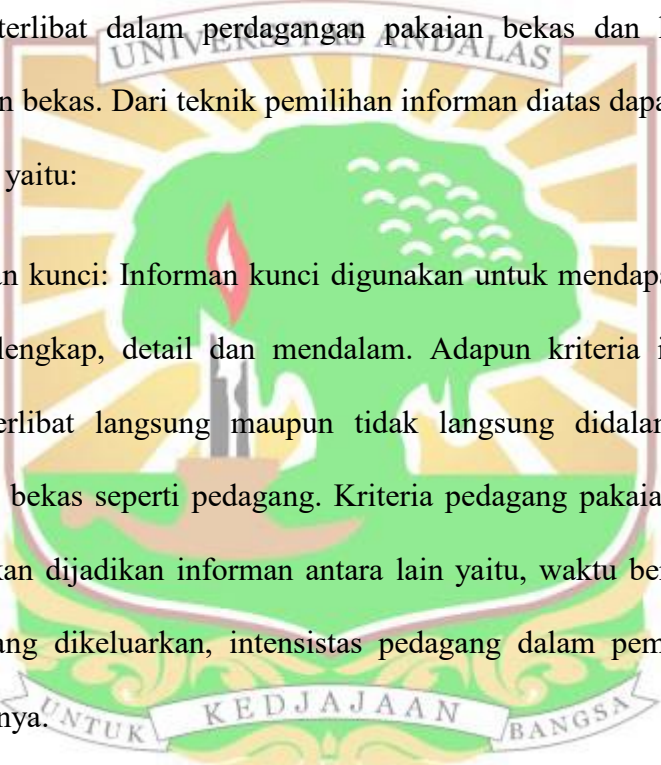
Sumber: Data Primer, 2022

### 4. Informan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, informan penelitian yaitu informan yang memahami mengenai objek penelitian. Dari informan penelitian nantinya peneliti akan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pemilihan informan penelitian

dilakukan dengan cara-cara tertentu yang bertujuan untuk menjangkau dan mencari informan yang tepat dan sebanyak mungkin.

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sample secara sengaja dengan menyesuaikan kriteria dan pertimbangan tertentu yang dianggap relevan. Dalam penelitian yang akan dilakukan kriteria informan yang dibutuhkan yaitu mereka yang terlibat dalam perdagangan pakaian bekas dan konsumen atau pembeli pakaian bekas. Dari teknik pemilihan informan diatas dapat diperoleh dua jenis informan, yaitu:

- 
- a) Informan kunci: Informan kunci digunakan untuk mendapatkan informasi secara lengkap, detail dan mendalam. Adapun kriteria informan kunci yaitu terlibat langsung maupun tidak langsung didalam perdagangan pakaian bekas seperti pedagang. Kriteria pedagang pakaian bekas sendiri yang akan dijadikan informan antara lain yaitu, waktu berdagang, modal awal yang dikeluarkan, intensitas pedagang dalam pembelian bal dan sebagainya.
  - b) Informan biasa: Informan biasa yaitu informan yang digunakan sebagai pelengkap data agar memperkaya data dari informan kunci. Contoh informan biasa seperti pembeli pengelola pasar. Karakteristik untuk pembeli pakaian bekas yang dijadikan informan antara lain, intensitas waktu berbelanja pakaian bekas, minat penggunaan pakaian bekas dan sebagainya.

Berikut ini adalah data informan penelitian yang telah diperoleh oleh peneliti sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dengan menggunakan nama samaran demi kenyamanan informan antara lain yaitu:

**Tabel 2. Informan Penelitian**

No	Nama Samaran	Jenis kelamin	Umur	Status	Lama Berdagang	Pendidikan
1.	Nur	Perempuan	66 tahun	Pedagang	2 tahun	SD
2.	Ema	Perempuan	48 tahun	Pedagang	13 tahun	SMA
3.	Windi	Laki-laki	60 tahun	Pedagang	30 tahun	SMP
4.	Fajar	Laki-laki	25 tahun	Pedagang	3 tahun	SMK
5.	Yoga	Laki-laki	26 tahun	Pedagang	2 tahun	SMA
6.	Leni	Perempuan	46 tahun	Pedagang	1 tahun	SMP
7.	Rahman	Laki-laki	18 tahun	Karyawan	-	SMA
8.	Putra	Laki-laki	20 tahun	Karyawan	-	SMA
9.	Widya	Perempuan	15 tahun	Karyawan	-	SMP
10.	Raka	Laki-laki	23 tahun	Pembeli	-	Mahasiswa
11.	Cindi	Perempuan	21 tahun	Pembeli	-	Mahasiswa
12.	Randa	Perempuan	18 tahun	Pembeli	-	Mahasiswa
13.	Yanto	Laki-laki	44 tahun	Pembeli	-	Pedagang Buah

*Sumber: Data Primer, 2022*

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mengumpulkan data. Oleh karena itu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur.

### a. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung ke tempat penelitian, pada saat itu terjadi pengamatan untuk mencatat seluruh kejadian yang terjadi sesuai faktanya. Dalam penelitian ini observasi perlu dilakukan untuk memberi gambaran realistik

kepada peneliti terkait dengan suatu perilaku atau kejadian yang berkaitan dengan aktivitas objek penelitian. Dengan teknik observasi peneliti mengamati seluruh aktivitas yang terjadi di dalam perdagangan pakaian bekas serta mengamati strategi yang dilakukan pedagang. Terkait dengan penelitian ini peneliti akan mengobservasi mengenai aktifitas perdagangan yang dilakukan, kondisi di lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti datang dan mengamati secara langsung ke lokasi penelitian yaitu di Pasar Raya tepatnya di Jalan Sandang Pangan.

#### **b. Wawancara**

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong 1997: 135). Dalam melakukan wawancara mendalam ini dilengkapi dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Dalam melakukan wawancara penelitian ini informan dapat meliputi pedagang pakaian bekas, konsumen pakaian bekas dan pengelola pasar.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan alat pendukung dalam melakukan penelitian karena dengan adanya dokumentasi pada penelitian dapat menggambarkan keadaan atau situasi di lokasi penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara menangkap foto atau merekam video mengenai kejadian apa saja yang terjadi di lokasi penelitian dan sebagai bukti nyata. Dokumentasi ini akan membantu peneliti dalam menganalisa data, karena adanya dokumentasi yang

akan mempermudah peneliti dalam mengingat kembali kejadian yang terjadi dilapangan pada saat melakukan penelitian. Dalam melakukan penelitian ini peneliti akan mendokumentasikan berupa gambar atau foto mengenai aktifitas perdagangan pakaian bekas yang dilakukan oleh pedagang, bukti rekaman suara atau video terkait dengan data yang dibutuhkan.

#### **d. Studi Literatur**

Studi literatur merupakan sebuah kegiatan yang bersamaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah kembali bahan penelitian. Dalam penelitian ini studi literatur digunakan untuk menambah informasi dan keabsahan data yang sudah ditemukan. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti buku dan jurnal.

#### **e. Analisis Data**

Analisis data dilakukan pada selama proses pengumpulan dan setelah data dikumpulkan secara keseluruhan. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang didapat melalui observasi, wawancara dan dokumentasi selama dilapangan atau selama penelitian berlangsung. Menurut Patton (1980) analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar (dalam Moleong 1996: 103). Dalam melakukan analisis data yang pertama harus dilakukan oleh peneliti yaitu mereduksi data. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga nantinya dapat di ambil kesimpulan. Kegiatan reduksi data mencakup meringkas hasil pengumpulan data ke dalam konsep, kategori dan



tema. Selanjutnya yaitu penyajian data, penyajian data merupakan kegiatan mengumpulkan informasi atau data yang sudah didapat melalui penelitian. Penyajian data dapat berupa catatan lapangan, bagan, tabel dan sebagainya.

Tahap selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan, upaya penarikan kesimpulan sudah dilakukan terus-menerus selama berada dilapangan, sebelum melakukan penelitian, saat penelitian dan sesudah penelitian. Setelah dilakukan penarikan kesimpulan selanjutnya akan di lakukan triangulasi. Triangulasi merupakan sebuah teknik pemeriksaan keabsahan data yang nantinya memanfaatkan sesuatu dari luar data yang digunakan untuk keperluan pengecekan atau membanding data (Moleong 1996: 178).

## **6. Proses Jalanya Penelitian**

Penelitian ini saya lakukan di Pasar Raya Kota Padang tepatnya di Jalan Sandang Pangan. Sebelum dilakukannya penelitian ini, ada beberapa tahapan yang harus saya lalui, pertama yaitu mengikuti ujian komperensif tertulis (UKT) yang diselenggarakan oleh pihak jurusan. Ketika hasil ujian dinyatakan lulus baru lah saya dapat mengajukan SK Pembimbing. Setelah tahapan tersebut disetujui baru lah saya melakukan bimbingan proposal kepada dosen pembimbing saya. Proposal yang telah saya buat sudah saya rancang sejak semester 6 pada saat mata kuliah MPK II.

Pada awal penulisan proposal ini banyak lika-liku yang saya hadapi mulai dari permasalahan yang tidak sesuai dengan kondisi, tidak sesuai dengan bidang kajian ilmu Antropologi dan sebagainya. Setelah banyak berdiskusi dan melakukan bimbingan bersama dosen pembimbing saya, saya memantapkan niat

untuk melakukan penelitian terkait dengan strategi dalam memperoleh dan memasarkan pakaian bekas oleh pedagang yang berada di Pasar Raya tepatnya di Jalan Sandang Pangan. Setelah melakukan beberapa kali bimbingan dengan dosen pembimbing, akhirnya pada bulan Juni saya melakukan seminar proposal. Pada saat seminar proposal terdapat beberapa saran dan perbaikan dari dosen penguji. Selanjutnya saya harus memperbaiki dan merevisi proposal saya dan tetap melakukan bimbingan bersama dosen pembimbing saya. Setelah saya diperbolehkan untuk melakukan penelitian ke lapangan oleh dosen pembimbing saya tahap selanjutnya yang saya lakukan yaitu mengajukan surat izin melakukan penelitian ke dekanat.

Dalam pengurusan surat tersebut hanya berlangsung satu hari. Selanjutnya saya langsung pergi ke lokasi penelitian yaitu di Pasar Raya. Sebelum saya melakukan observasi dan wawancara di lapangan saya harus mengurus surat izin melakukan penelitian di DPMPTSP Kota Padang. Setelah mendapatkan surat izin tersebut saya juga harus meminta surat izin penelitian kepada Dinas Perdagangan Kota Padang untuk memperoleh sebagian data. Jika surat perizinan penelitian yang saya ajukan disetujui baru lah saya dapat melakukan penelitian di Pasar Raya.

Pada saat saya melakukan penelitian di Jalan Sandang Pangan hal yang pertama saya lakukan yaitu mengamati dan mengobservasi perdagangan pakaian bekas yang berlangsung. Selanjutnya saya mulai melihat-lihat dan membeli pakaian bekas yang sekiranya dapat saya gunakan kembali sebelum nantinya saya melakukan observasi dan wawancara lebih lanjut. Namun, pada saat melakukan penelitian yang saya bayangkan ternyata tidak sama dengan apa yang terjadi

dilapangan. Tidak semua pedagang mau diwawancarai dengan berbagai alasan. Selain itu saya harus menyesuaikan waktu untuk melakukan penelitian, saya tidak bisa datang pada saat kondisi lapak pedagang ramai, saya tidak bisa mewawancarai ketika pedagang sedang sibuk.

Dalam melakukan penelitian saya melakukan nya pada pagi hari, siang ataupun sore dan saya harus menyesuaikan waktu saya kepada pedagang agar dapat mewawancarai pedagang. Saya juga harus dapat menyesuaikan waktu dan keadaan, karena kebanyakan saya melakukan wawancara pada saat mereka berdagang atau sedang berbelanja. Penelitian yang saya lakukan di Jalan Sandang Pangan ini terkait dengan strategi memperoleh dan memasarkan pakaian bekas oleh pedagang ini berlangsung kurang lebih selama 1,5 bulan. Pada saat saya memperoleh data selama penelitian saya juga menulis skripsi saya dengan berbagai lika-liku yang saya hadapi.

