

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. LATAR BELAKANG

Setiap harinya manusia menggunakan barang yang melekat pada tubuhnya, seperti sepatu dan sandal yang digunakan untuk melindungi kaki, jilbab dan topi yang digunakan untuk melindungi kepala. Baju, celana atau rok yang digunakan untuk melindungi tubuh dari panas dan dinginnya cuaca, kemudian aksesoris seperti gelang dan jam tangan yang digunakan sebagai penghias bagian tangan, serta kalung yang digunakan sebagai penghias bagian leher. Seiring dengan kemajuan zaman berbagai macam model pakaian dan berbagai cara dalam mengenakannya juga sangat berkembang. Kebutuhan akan hal ini semakin tinggi, baik dari jumlah maupun dari kualitas barang-barang tersebut.

Pakaian, sepatu, dan aksesoris-aksesoris tersebut ada yang baru dan ada juga yang bekas. Barang baru adalah pakaian yang dibeli dan digunakan pertama kali oleh orang tersebut. Sedangkan barang bekas adalah pakaian yang digunakan orang untuk menutupi tubuh mereka, tetapi pakaian ini sudah digunakan oleh orang lain (Nadhila et al., 2023, p. 2439). Barang bekas juga sering disebut dengan *thrift*, sedangkan aktivitas membeli barang bekas disebut dengan *thrifting* (Hayati & Susilawati, 2021, p. 360).

*Thrifting* berkaitan dengan industri *fast fashion* di negara maju menghasilkan banyak limbah pakaian karena tren mode yang cepat berubah, di mana pakaian yang hanya dipakai beberapa kali sering kali dibuang. Limbah pakaian ini sering diimpor secara ilegal ke negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, dan dijual di

pasar-pasar *thrift*ing. Di Indonesia, *thrift*ing menjadi populer karena menawarkan pakaian bermerek dengan harga yang jauh lebih murah, menarik banyak konsumen yang mencari kualitas baik dengan harga terjangkau.

Menurut Widia dalam (Nadhila et al., 2023, p. 2438) *thrift*ing bukan kegiatan yang baru dan cepat populer, akan tetapi *thrift*ing ini sudah ada sejak revolusi industri tahun 1760-an hingga 1840-an dan sudah ada sejak tahun 1990-an. *Thrift*ing diperkirakan masuk ke Indonesia tahun 1997 dan 1998, ketika Indonesia sedang mengalami krisis mata uang. Selama krisis, banyak pedagang di Indonesia yang terpaksa gulung tikar atau tutup akibat kejadian tersebut. Dari sinilah pakaian bekas masuk dan menyebar ke beberapa wilayah di Indonesia.

Pakaian bekas atau *thrift* adalah pakaian yang digunakan orang untuk menutupi tubuh mereka, akan tetapi pakaian ini sudah digunakan oleh orang sebelumnya. Pakaian bekas ini memiliki ciri khas tersendiri, seperti barang yang *limited edition* dan masih layak untuk digunakan. Pakaian bekas juga merupakan salah satu jenis komoditas yang diperjualbelikan dalam industri pakaian (Nadhila et al., 2023, p. 2439).

*Thrift*ing disebut juga tindakan membeli barang bekas yang masih layak digunakan dengan harga yang terjangkau. Barang yang populer dalam kegiatan *thrift*ing adalah pakaian. Barang tersebut biasanya didatangkan dari Amerika Serikat, Korea, Cina, Jepang, Singapura dan juga Thailand. Pada masa pandemi covid-19 *thrift*ing menjadi bisnis baru dengan berjualan di toko *offline* sampai ke *online shop*. Kegiatan *thrift*ing ini disebut sebagai kegiatan dalam menghemat

pengeluaran dan juga sebagai misi mengurangi limbah tekstil. Namun, berkaitan dengan larangan impor pakaian bekas, sudah ada aturan yang mengatur yaitu pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas (Qurrotaayun et al., 2023, p. 1329).

Walaupun ini dilarang oleh menteri perdagangan, akan tetapi keberadaan *thrifting* ini menjadikan ladang usaha bagi pedagang pakaian bekas. Pedagang untuk kebutuhan primer dan sekunder saat ini banyak sekali jumlahnya dan dapat kita temui di mana saja, dimulai dari *mall-mall* besar hingga ke kaki lima. Pedagang ini melakukan penjualannya dari berbagai jenis mulai dari pakaian baru, pakaian *reject*, hingga pakaian bekas dengan harga yang murah. Barang-barang ini merupakan barang kebutuhan yang dipakai oleh masyarakat, barang-barang yang melekat seperti pakaian dikonsumsi oleh masyarakat dari berbagai golongan dan tidak menutup kemungkinan jika masyarakat kelas atas dapat membeli pakaian bekas dan masyarakat kelas bawah membeli pakaian yang baru (Iswahyuni, 2020, p. 2).

Pedagang pakaian bekas adalah orang yang menjual pakaian bekas yang kondisinya masih layak pakai dan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan harga baru *brand* aslinya. Pakaian bekas juga merupakan pakaian yang didapatkan dari luar negeri yang di impor ke dalam negeri, dan pakaian bekas tersebut dijual kembali dengan harga miring sesuai dengan kondisi pakaian. Pakaian bekas kebanyakan mempunyai model unik yang tidak pasaran dan memiliki merk yang ternama seperti *Nike, Adidas, Tommy hilfiger, Gucci, Supreme, Bape, Levis, Louis Vuitton*, dan lainnya (Utami, 2018, p. 3).

Pedagang pakaian bekas mendapatkan barang dagangannya dari barang-barang impor, barang-barang impor ini merupakan barang-barang timbunan yang dikemas dalam karung-karung besar (bal), kemudian dipasarkan oleh aktor-aktor yang berkontribusi dalam penjualan barang tersebut. Barang-barang *thrift* ini dikemas secara acak dan tidak tau bagaimana isinya, karena itu barang-barang yang dijual di lapak *thrift* juga biasanya berjumlah terbatas dan hanya tersedia sebanyak satu buah saja sehingga tidak dapat kita temui model-model yang sama (Iswahyuni, 2020, p. 3).

Pedagang *thrift*ing memiliki kepentingan masing-masing seperti kepentingan dalam mencari rezeki untuk melanjutkan hidup sebagai sumber penghasilan utama maupun penghasilan tambahan. Dalam usaha *thrift*ing, pedagang memerlukan jaringan sosial dalam mendapatkan barang dan mempertahankan hubungannya dengan sesama agar usahanya terus berkembang. Jaringan ini merupakan sebuah hubungan yang terjadi antar individu yang disatukan dalam jaringan oleh simpul dan ikatan. Simpul yang dimaksud disini merupakan individu itu sendiri sebagai aktor utama dalam jaringan, lalu ikatan merupakan hubungan-hubungan yang terjadi antara para aktor tersebut. Hubungan ini pun diikat dengan rasa saling percaya dan hubungan ini tidak dapat dipisahkan. Jika salah satu bagian rusak atau tidak sesuai itu akan mengakibatkan ikatan tersebut terputus. Sehingga jaringan yang terjadi tidak akan berfungsi seperti sedia kala (Muzdalifah et al., 2021, p. 37).

Jaringan sosial (*social network*) adalah sebuah pola koneksi dalam hubungan sosial individu, kelompok dan berbagai bentuk kolektif lain. Hubungan ini bisa berupa hubungan interpersonal atau juga bisa bersifat ekonomi politik, atau

huubungan sosial yang lain (Hidayaturrahman et al., 2020, p. 161). Pada teori jaringan banyak di bahas tentang hubungan antara satu aktor (individu atau kelompok) dengan aktor lainnya. Salah satu ciri khas dari teori jaringan ini adalah pemusatan pemikiran pada tingkat mikro hingga makro, artinya aktor bisa saja individu, kelompok, perusahaan dan masyarakat (Ritzer, 2014, p. 358).

Jaringan sosial diperlukan oleh pedagang untuk usahanya agar usahanya terus berjalan. Berdasarkan hasil obsevasi dari peneliti banyaknya menjamur pelaku usaha baju impor di Kota Padang, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 1. 1 Data Toko *Thrifting* di Kota Padang**

No	Nama Toko	Alamat
1.	Todzy <i>Thrift</i> Padang	Jalan Pasar Baru, Cupak Tengah, Kec. Pauh, Kota Padang
2.	Empat Belas Second	Jalan Dr. Moh. Hatta, Anduring, Kota Padang
3.	Pemain Lama Outdoor	Jalan Raya Andalas, Andalas, Kec. Padang Timur, Kota Padang
4.	Second Alai	Jalan Alai Parak Kopi, Kec. Padang Utara, Kota Padang
5.	Jully Summer Style	Jalan Teuku Umar No. 31, alai Parak Kopi
6.	Lemari Fuja	Jalan Gunung Pangilun, Kec. Padang Utara, Kota Padang
7.	F5 <i>Thrifting</i> Style	Jalan Moh. Hatta, Pasa Ambacang, Kota Padang
8.	Baju Import Padang	Beringin IV No. 21 Lolong Belanti, Kec. Padang Utara, Kota Padang
9.	Hunny <i>Thrift</i> Padang	Jalan Gajah Mada, Simpang Tinju, Kp Olo, Nanggalo, Kota Padang
10.	Senja Second Padang	Jalan Dr. Moh Hatta, Ambacang, Kuranji, Kota Padang
11.	Cowboy Padang	Jalan Prof Dr. Hamka, Kelurahan Air Tawar, Kota Padang
12.	Draft <i>Thrift</i> Shop	Jalan Khatib Sulaiman No. 9. 25173. Kota Padang
13.	Tando <i>Thrift</i> Padang	Jalan Ngurah Rai II 25174 Padang
14.	Second Garege	Jalan Belibis Blok A 25132 Padang Utara

No	Nama Toko	Alamat
15.	Pondok second Padang	Jalan Aru, Lubeg Dekat Jembatan Marapalam
16.	<i>Thrifty</i> Fashion Padang	Jalan Gang Semeru IV No 7, Gunung Pangilun, Kota Padang
17.	Titik Kumpul	Jalan Gajah Mada, Gn. Pangilun, Kec. Padang Utara
18.	Titik Kumpul	Jalan Aru, Lubeg, Dekat UPI Padang
19.	Cactus Apuk	Jalan Lubuk Minturun, Koto Panjang Ikua Koto, Kec. Koto Tengah
20.	Baju Import Branded	Jalan Joni Anwar, Ulak Karang, Padang Utara, Kota Padang
21.	Rinche Store	Jalan Raya Pondok Kopi, Kel. Surau Gadang, Kec. Nanggalo
22.	Abinada <i>Thrift</i> Store	Simpang Tinju, Jalan Gajah Mada, Kp. Olo, Kec. Nanggalo, Kota Padang
23.	GA Fashion <i>Thrift</i>	Depan SPBU Gunung pangilun
24.	Seep <i>Thrift</i> Padang	Gunung Pangilun No 8
25.	Second Sultan	Jalan Gajah Mada No 26A Rt2. Rw4, Padang
26.	Alai <i>Thrift</i> Shop	Lapai, Kota Padang
27.	Praha Fashion	Jalan Joni Anwar No 6 A Lapai, Padang
28.	Pakaian Second	Jalan Raya Andalas, sebelum Jembatan
29.	Hanger <i>Thrift</i>	Seberang Padang
30.	<i>Thrifting</i> Skuy	Jalan seberang Padang, Sultan Syahrir, Sebelah Aciak Mart
31.	Monza <i>Thrift</i>	By Pass, Dekat UT Padang
32.	Second Ex Singapura	Jalan S. Parman, Kel. Lolong Belanti, Padang Utara
33.	Jesica Store	Jalan M. Yamin No. 5 Padang Barat (Pasar Raya)
34.	White and Market	Lubuk Minturun, Kota Padang
35.	Tanpa Nama	Gunung Pangilun
36.	Ldr Second brand (sepatu)	Kp. Kalawi No 4, Kec. Kuranji, Kota Padang
37.	Sepatu Second Padang (sepatu)	Jalan Raya Ampang No. 8 Ampang, Kuranji, Kota Padang
38.	Taukausepatu.ptk (Sepatu)	Jalan Tan Malaka No.25, Kec. Sawahan, Padang Timur, Kota Padang
39.	Rudi Second Branded (Sepatu)	Jalan Sutan Syahrir, Seberang Padang, Kec. Padang Sel, Kota Padang

Sumber : Data Primer 2024

Bisnis pakaian bekas atau *thrifting* ini masih dianggap ilegal oleh pemerintah Indonesia karena adanya Peraturan yang memuat aturan larangan impor pakaian

bekas ke Indonesia. Namun, pada kenyataannya pedagang pakaian bekas ini terus berkembang untuk memenuhi permintaan konsumen akan pakaian bekas impor, hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko *thrifting* yang ada di Kota Padang yaitu sebanyak 39 toko. Oleh sebab dibutuhkan jaringan sosial untuk membantu pedagang *thrifting* tetap bertahan dan juga untuk berkembang meskipun ada larangan impor. Agar usaha *thrifting* ini terus berkembang, pedagang menjalin hubungan dengan sesama pedagang *thrifting* lainnya, seandainya jika terjadi kendala semisal terjadi razia barang ilegal, maka sesama pedagang ini dapat saling membantu dalam mendapatkan barang untuk toko mereka masing-masing. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Jaringan Sosial Pedagang Thrifting di Kota Padang”**.

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diketahui bahwa saat ini banyak sekali menjamur lapak-lapak pakaian bekas. Tak hanya di kota-kota besar, namun di Kota Padang juga terdapat toko-toko yang menjual barang-barang bekas seperti pakaian. Dapat dilihat dari data yang telah dituliskan dilatar belakang, bahwa di Kota Padang ini terdapat 39 toko *thrifting* yang menjual pakaian bekas dan juga sepatu bekas. Dilihat dari observasi dilapangan peneliti tertarik untuk meneliti **“Bagaimana Jaringan Sosial Pedagang Thrifting di Kota Padang?”**

## 1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian terbagi menjadi dua, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

### **1.3.1. Tujuan Umum**

Bertujuan untuk mendeskripsikan jaringan sosial pedagang *thrifting* di Kota Padang.

### **1.3.2. Tujuan Khusus**

1. Mendeskripsikan bentuk jaringan sosial pada pedagang *thrifting* di Kota Padang
2. Mendeskripsikan upaya dalam mempertahankan jaringan sosial pedagang *thrifting* di Kota Padang.

## **1.4. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat dari penelitian adalah:

### **1.4.1. Manfaat Akademik**

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan kontribusi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial terutama bagi studi sosiologi ekonomi dan kajian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan data tambahan bagi peneliti lainnya yang akan mengkaji mengenai jaringan sosial dimasa yang akan datang.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan informasi bagi para pembaca mengenai bagaimana jaringan sosial pedagang *thrifting* di Kota Padang.

## **1.5. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1.5.1. Konsep Jaringan Sosial**

Jaringan sosial ialah hubungan sosial antara dua orang yang mencerminkan adanya mengharapkan peran dari masing-masing lawan interaksinya



(Ajiburrahman et al., 2023, p. 103). Menurut Agusyanto (dalam Ajiburrahman et al., 2023, p. 104) jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, saling bantu dalam melaksanakan atau mengatasi suatu masalah.

Adapun Robert M.Z. Lawang (dalam Damsar & Indrayani, 2015, p. 157) mengemukakan bahwa jaringan merupakan terjemahan dari *network*, yang berasal dari dua suku kata yaitu *net* dan *work*. *Net* diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai jaringan, yaitu tenunan seperti jala, terdiri dari banyak ikatan yang saling terhubung antara satu sama lain. Sedangkan kata *work* bermakna sebagai kerja. Gabungan *net* dan *work*, sehingga menjadi *network*, yang penekanannya terletak pada kerja bukannya pada jaring, dimengerti sebagai kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaring (*net*). Berdasarkan cara berpikir seperti itu, maka jaringan (*network*) menurut Lawang dimengerti sebagai :

1. Ada ikatan antara simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Hubungan-hubungan sosial ini diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak.
2. Ada kerja antara simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.
3. Seperti halnya sebuah jaringan (yang tidak putus) kerja yang terjadi antara simpul itu pasti kuat menahan beban bersama, dan malah dapat “menangkap ikan” lebih banyak.

4. Dalam kerja jaringan itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri. Malah kalau simpul putus maka keseluruhan jaring tidak dapat berfungsi lagi, sampai simpul itu diperbaiki. Semua simpul menjadi satu kesatuan dan ikatan yang kuat. Dalam hal ini, analogi tidak seluruhnya tepat terutama kalau orang yang membentuk jaringan itu hanya dua saja.
5. Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
6. Ikatan atau pengikat (simpul) adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Sedangkan sosial, dimengerti sebagai sesuatu yang dikaitkan atau dihubungkan dengan orang lain atau merujuk pada makna subjektif yang mempertimbangkan perilaku atau tindakan orang lain yang berkaitan dengan pemaknaan. Jaringan sosial melihat hubungan individu yang memiliki makna subjektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antara para aktor (dalam Damsar & Indrayani, 2015, p. 158).

### **1.5.2. Konsep Pedagang**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa dagang merupakan suatu pekerjaan yang berkenaan dengan membeli dan menjual barang untuk memperoleh sebuah keuntungan. Pedagang ialah seseorang yang melakukan kegiatan jual beli. Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan oleh sektor ekonomi. Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk barang kepada

konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang dapat dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan skala operasinya, seperti :

1. Pedagang eceran merupakan pedagang yang menjual barang secara langsung kepada konsumen dalam jumlah kecil
2. Pedagang grosir merupakan pedagang yang menjual barang dalam jumlah yang besar kepada pedagang eceran atau pengguna industri
3. Pedagang keliling merupakan pedagang yang menjual barang dengan berkeliling dari satu tempat ke tempat lain.

Menurut Damsar (Damsar, 1997, p. 107) pedagang dapat dibedakan berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga, dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Pedagang profesional, yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangannya sebagai pendapatan/sumber atas dana satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi-profesional, yaitu pedagang yang melakukan aktivitas untuk mendapatkan uang, namun pendapatan dari perdagangan tersebut hanya sebagai tambahan bagi ekonomi keluarga.
3. Pedagang subsistensi, yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil kegiatan atas subsistensi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

4. Pedagang semu, yaitu pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan berdasarkan hobi, untuk mengisi suasana baru, atau sekedar mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengandalkan perdagangan sebagai sumber pendapatan utama, dan bahkan mungkin mengalami kerugian dalam berdagang.

Penelitian ini melihat bahwa pedagang *thriftling* adalah seseorang atau instansi yang melakukan kegiatan ekonomi yaitu kegiatan jual beli yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan juga menjadi sumber pendapatan, baik pendapatan utama maupun pendapatan tambahan.

### 1.5.3. Konsep *Thriftling*

*Thrift* diambil dari kata *thrive* yang diartikan berkembang. Menurut *Urban Dictionary*, *thrift* memiliki arti pakaian bekas. Dari sini *thriftling* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan membeli pakaian bekas. Dalam masyarakat masih sering timbul anggapan bahwa menggunakan barang bekas berarti menempati kelas sosial yang rendah. Pakaian bekas memiliki kaitan erat dengan barang-barang yang usang dan tidak diperlukan keberadaannya namun saat ini memiliki nilai-nilai yang lebih. (Ananto & Pramono, 2023, p. 75).

Secara terminologi, *thriftling* berarti kegiatan membeli pakaian bekas. Menelusuri perjalanan sejarah, budaya *thriftling* yang umumnya bergerak di bidang komoditi sandang terbentuk sebagai perlawanan terhadap budaya *fast fashion* yang konsumtif. Budaya *thriftling* juga mengusung misi lingkungan untuk menekan limbah tekstil dengan konsep *reuse* (Mahabarat, 2020, para. 2).

Namun seiring berkembangnya waktu *thrifting* yang awalnya diartikan sebagai misi mengurangi sampah pada lingkungan, tak hanya itu *thrifting* diartikan juga sebagai ketidakmampuan seseorang membeli pakaian baru karena adanya krisis moneter yang menyebabkan ia harus berpandai-pandai dalam mengatur keuangan dengan cara membeli pakaian bekas untuk kebutuhan akan sandangnya. Akan tetapi *thrifting* pada saat ini mengalami pergeseran menjadi sebuah gaya hidup dan juga sebagai ladang usaha bagi para pedagang.

Menurut Syafriyeni (Shinta, 2022, p. 28), secara bisnis usaha *thrifting* awalnya berkembang di wilayah pesisir laut Indonesia, seperti di daerah Batam, Kalimantan, Sulawesi, dan Sumatera. Kemudian mulai berkembang ke daerah Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan sebagainya. Semua menjual dengan embel-embel “barang impor” ketimbang melabeli dagangan mereka dengan “barang bekas”.

Adapun istilah dalam pakaian bekas yaitu *thrift* yang berarti pakaian bekas yang masih layak pakai yang harganya lebih terjangkau dibandingkan dengan harga barunya, sedangkan *thrifting* yang berarti kegiatan membeli pakaian bekas dan *thrift shop* yang merupakan toko khusus menjual barang-barang bekas.

#### **1.5.4. Tinjauan Sosiologis**

Menurut Damsar dalam bukunya (Damsar, 2002, p. 157) jaringan sosial merupakan hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Hubungan-hubungan yang terjadi bisa dalam bentuk formal maupun bentuk informal.

Hubungan sosial adalah gambaran atau cerminan dari kerjasama dan koordinasi antar warga yang didasari oleh ikatan sosial yang aktif dan bersifat resiprosikal.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori Jaringan Sosial yang dipopulerkan oleh Mark Granovetter pada tahun 1985. Alasannya karena teori jaringan sosial oleh Granovetter lebih sesuai dengan kondisi di lapangan dan lebih dapat menjelaskan jaringan sosial antar aktor atau pedagang *thrifting* di Kota Padang. Granovetter (dalam Damsar, 2009, p. 139) mengemukakan pengertian keterlekatan (*embeddedness*) dalam teori jaringan adalah sebagai tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat (*embedded*) dalam jaringan sosial personal yang berlangsung diantara para aktor. Ini tidak hanya terbatas pada tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi yang semuanya terpendam dalam suatu hubungan sosial.

Granovetter dalam (Ritzer, 2014, p. 358) menggambarkan bahwa hubungan ditingkat mikro itu seperti tindakan yang “melekat” dalam hubungan pribadi konkret dan dalam struktur (jaringan) hubungan itu. Hubungan ini berlandaskan bahwa setiap aktor (individu atau kolektivitas) mempunyai akses yang berbeda terhadap sumber daya yang bernilai (kekayaan, kekuasaan, informasi).

Granovetter juga mengatakan bahwa tindakan ekonomi (seperti pertukaran atau jual beli) selalu melekat pada hubungan-hubungan sosial. Hubungan-hubungan sosial dan struktur hubungan sosial (atau jaringan) akan menghasilkan kepercayaan (*trust*) dan mencegah terjadinya penyimpangan (*malfesance*) oleh

aktor ekonomi. Alasan mengapa demikian (a). Dalam hubungan sosial individu akan memberikan informasi lebih murah, (b). Informasi itu lebih baik, lebih kaya dan akurat, (c). Individu yang memiliki hubungan secara terus menerus akan memiliki motif agar dirinya dapat dipercaya, dan (d). Hubungan-hubungan ekonomi secara terus-menerus akan disertai dengan isu sosial yang membawa harapan kuat untuk dipercaya (Nuhlia, 2018, p. 40).

Bagi Granovetter empat prinsip berikut ini penting bagi jaringan sosial dan hasil ekonomi, yaitu:

a. Norma dan kepadatan jaringan (*network density*).

Norma adalah konsep umum tentang cara terbaik untuk bertindak dan berperilaku. Individu akan dapat bertindak dan berperilaku. Individu dapat bertindak lebih jelas jika semua elemen masyarakat memiliki norma yang dipegang erat. Dengan kata lain, individu akan bertindak dan menimbang tindakannya sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Selain itu, norma membantu membangun jaringan sosial yang padat. Kepadatan jaringan terjadi karena adanya hubungan atau koneksi antara satu dengan lainnya yang kemudian membentuk simpul. Jaringan yang besar dan padat akan mudah untuk mengembangkan dan menghasilkan konsep baru yang dianggap tepat. Suatu norma yang dipercaya oleh pihak yang bersangkutan dapat secara jelas ditunjukkan oleh kepadatan suatu jaringan.

b. Kekuatan ikatan lemah (*the strength of weak ties*).

Ikatan lemah lebih mampu memberikan informasi baru daripada ikatan kuat. Ikatan kuat terdiri dari beberapa orang yang saling berdekatan atau berada dalam lingkup yang sama seperti hubungan keluarga dan hubungan teman dekat. Sehingga ikatan lemah memiliki pengaruh terhadap informasi yang diperoleh. Informasi yang biasanya diterima dalam ikatan kuat ialah informasi yang cenderung tumpang tindih dengan apa yang telah diketahui. Informasi yang tumpang tindih tidak memiliki unsur kebaruan dan juga tidak memberikan dampak yang signifikan dikarenakan individu tersebut sudah tau tentang informasi yang disampaikan oleh individu (aktor) lain.

Sedangkan pada ikatan lemah terdapat kebaruan dalam informasi yang diterima. Ikatan lemah dapat terjadi karena individu yang saling berjauhan dengan individu lain atau tidak berada dalam lingkup yang sama. Ikatan lemah berperan dalam transfer informasi dari lintas kelompok, yang dapat membentuk jaringan sosial baru yang lebih kompleks.

c. Lubang struktur (*stuctur holes*)

Lubang struktur yang berada diluar ikatan lemah ataupun ikatan kuat yang ternyata berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar.



#### d. Keterlekatan

Keterlekatan adalah gabungan dari aksi ekonomi dan non ekonomi. Yaitu adanya kegiatan non ekonomi yang dilakukan dalam kehidupan sosial individu yang ternyata mempengaruhi tindakan ekonominya. Proses non ekonomi dapat memengaruhi pencapaian tujuan ekonomi, seperti mengurangi jumlah biaya yang dikeluarkan. Hal ini dapat dicapai dengan membangun kepercayaan dan membangun hubungan kedekatan yang berpotensi menghasilkan keuntungan.

#### 1.5.5. Penelitian Relevan

Suatu penelitian memerlukan dukungan dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Hal ini dikarenakan hasil penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan perbandingan serta acuan dalam pelaksanaan penelitian yang akan dilaksanakan (Afrizal, 2016, p. 122). Dari hasil penemuan terhadap hasil penelitian, ditemukan penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu sebagai berikut:

Penelitian **pertama**, yang dilakukan oleh **Desy Rizki Fitriani (2022)** yang berjudul “Jaringan Sosial Pada Kehidupan Ekonomi Petani Keramba Jaring Apung Danau Maninjau”. Hasil penelitian menggambarkan bentuk hubungan-hubungan sosial yang terjalin diantara para aktor dalam jaringan sosial ekonomi petani keramba jaring apung Danau Maninjau yaitu hubungan kekerabatan, hubungan berdasarkan tempat tinggal, hubungan patron-klien, dan hubungan relasional. Bentuk keterlekatan yang terjalin diantara para aktor yaitu keterlekatan relasional. Bentuk kepercayaan yaitu kepercayaan askriptif dan kepercayaan prososual

diantara para aktor dalam jaringan sosial ekonomi keramba jaring apung Danau Maninjau. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang jaringan sosial, dan sama-sama menggunakan teori jaringan sosial Granovetter. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu tidak membahas tentang keramba jaring apung Danau Maninjau, perbedaan tahun dan lokasi penelitian.

Penelitian **kedua**, dilakukan oleh **Anggi Afriliza Putri (2022)** yang berjudul “Jaringan Sosial Aktor Produk Herbal Leafhea Di Kota Bukittinggi”. Hasil penelitian yaitu aktor pelaku jaringan sosial Leafhea Bukittinggi adalah Leafhea pusat, distributor, *reseller*, dan konsumen. Selanjutnya ditemukan informasi mengenai waktu, tempat, dan jumlah transaksi yang dilakukan oleh aktor Leafhea Bukittinggi. Terakhir, jaringan sosial yang sudah terbentuk berupa hubungan kesamaan wilayah tempat tinggal, hubungan rekan kerja, hubungan kekeluargaan. Adapun hubungan dalam konsep keterlekatan diantara aktor adalah berupa keterlekatan struktur dan relasional. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang jaringan sosial, dan sama menggunakan teori jaringan Mark Granovetter. Perbedaannya yaitu pada fokus penelitian produk herbal Leafhea sedangkan peneliti fokusnya kepada pedagang *thrifting*, kemudian tahun dan lokasi penelitian juga berbeda.

Penelitian **ketiga**, dilakukan oleh **Aldo Rido (2021)** yang berjudul “Fenomenologi Pembeli Pakaian Bekas Kelas Menengah Membeli Pakaian Bermerek Di Toko Pakaian Bekas (Studi Dua Toko Pakaian Bekas di Kota Padang). Hal penelitian yaitu menjelaskan motif masyarakat kelas menengah ke atas membeli pakaian bermerek di toko pakaian bekas terdapat *because motive* dan *in*

*order motive*. Pada *because motive* adanya dianggap golongan ke atas dan pakaian *branded* langka dan mahal jika dibeli dalam kondisi baru. Pada *in order motive* terdapat suatu penghargaan dari orang lain, menjadi pusat perhatian, menaikkan status sosial, serta investasi dan berhemat. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai pakaian bekas atau *thrifting*, adapun perbedaannya yaitu pada teori yang digunakan, dan tahun penelitian.

## **1.6. METODE PENELITIAN**

### **1.6.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Afrizal bahwa pendekatan mengacu pada perspektif teoritis yang dipakai oleh para peneliti dalam melakukan penelitian. Pendekatan kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan pada penelitian ilmu-ilmu sosial dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk kata-kata (lisan ataupun tulisan) atau perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data yang diperoleh dan dengan kesimpulan peneliti tidak menganggakan data yang telah diperoleh. Menurut Strauss dan Corbin mendefinisikan bahwa metode penelitian kualitatif mencakup cara data dianalisis, dan adakalanya penelitian melakukan wawancara mendalam untuk mengumpulkan datanya (Afrizal, 2016, p. 13).

Tipe penelitian ini yaitu tipe deskriptif. Penelitian dengan tipe deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penggunaan tipe deskriptif ini memberikan peluang bagi peneliti dalam mengumpulkan data-data yang bersumber

dari wawancara, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, rekaman suara, dan dokumen resmi guna menggambarkan subjek penelitian (Moleong, 2004, p. 6). Dalam menggunakan tipe penelitian deskriptif peneliti mencatat selengkap mungkin fakta serta pengalaman yang dialami dan menggambarkan serta menjelaskan secara rinci masalah yang diteliti yaitu Jaringan Sosial Pedagang *Thrifting* di Kota Padang baik berupa hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang diambil lapangan.

### **1.6.2. Informan Penelitian**

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini maka diperlukan informan. Informan berguna untuk mendapatkan informasi sedetail mungkin berdasarkan kebutuhan peneliti. Moleong menjelaskan bahwa informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Informan juga berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal (Moleong, 2004, p. 132).

Kemudian Afrizal (dalam Afrizal, 2016, p. 139) mengartikan informan sebagai orang yang memberikan informasi tentang dirinya maupun tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara. Berbeda dengan responden yang merupakan orang yang merespon pertanyaan dari penanya. Jadi informan merupakan sumber informasi pada penelitian kualitatif.

Ada dua jenis informan yaitu informan pengamat dan informan pelaku (Afrizal, 2016, p. 139):

1. Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan mengenai dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (makna), atau tentang pengetahuannya. Pada penelitian ini yang dapat dijadikan informan pelaku adalah pedagang *thrifting* di Kota Padang.
2. Informan pengamat adalah orang yang memberikan informasi tentang orang lain atau kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan ini dapat dikatakan sebagai orang yang mengetahui tentang subjek yang akan kita teliti atau pelaku tentang kejadian atau fenomena yang akan kita teliti. Dapat dikatakan bahwa informan pengamat ini sebagai saksi dalam suatu kejadian atau fenomena tersebut. Informan pengamat dalam penelitian ini adalah karyawan toko *thrifting*.

Teknik penentuan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (mekanisme disengaja) yaitu peneliti sengaja mewawancarai informan berdasarkan pertimbangan atau ciri-ciri tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian dan situasi yang diketahui peneliti. Menurut (Afrizal, 2016, p. 140) mekanisme disengaja ini adalah sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber informasi.

Berikut kriteria informan dalam penelitian ini adalah :

1. Pedagang *thrifting* di Kota Padang
2. Pedagang *thrifting* yang jenis jualannya barang-barang cowok

3. Pedagang *thrifting* yang memiliki hubungan satu sama lain
4. Karyawan toko *thrifting* di Kota Padang

Dari penelitian yang telah dilakukan peneliti mewawancarai 7 orang informan pelaku, dan 3 informan pengamat. Adapun data informan penelitian yang peneliti wawancarai adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. 2 Data Informan**

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Status	Kategori Informan
	FY	37 Tahun	Perempuan	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	AA	32 Tahun	Laki-laki	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	HP	36 Tahun	Laki-laki	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	MP	25 Tahun	Perempuan	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	F	25 Tahun	Laki-laki	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	TA	30 Tahun	Laki-laki	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	D	35 Tahun	Laki-laki	Pedagang <i>thrift</i>	Informan Pelaku
	WAS	26 Tahun	Laki-laki	Karyawan	Informan Pengamat
	SF	22 Tahun	Perempuan	Karyawan	Informan Pengamat
	TI	24 Tahun	Perempuan	Karyawan	Informan Pengamat

Sumber : Data Primer 2024

### 1.6.3. Data Yang Diambil

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2004, p. 112). Adapun Afrizal mengatakan bahwa data pada

penelitian kualitatif umumnya berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia tanpa adanya kuantifikasi pada data yang diperoleh (Afrizal, 2016, p. 17).

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu :

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data utama yang merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian ketika di lapangan. Data primer didapatkan dengan metode wawancara mendalam dan observasi (Moleong, 2004, p. 155). Dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi, data dan informasi yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian. Data primer yaitu informasi terkait bagaimana Jaringan Sosial Pedagang *Thrifting* Di Kota Padang. Selain itu usaha yang dilakukan untuk mendapatkan data primer yaitu dengan membuat catatan lapangan berupa notulensi dari rekaman hasil wawancara.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder disebut juga sebagai data tambahan yang diperoleh melalui studi pustaka yakni pengumpulan data yang bersifat teori yang berupa pembahasan mengenai bahan tertulis, literatur hasil penelitian, *website* (Moleong, 2004, p. 159). Penelitian ini juga dilengkapi dengan artikel-artikel maupun penelitian-penelitian sebelumnya yang tentu saja berkaitan dengan Jaringan Sosial Pedagang *Thrifting* Di Kota Padang. Data sekunder yang diperoleh peneliti juga ada dari buku sosiologi ekonomi serta buku teori sosiologi dan artikel jurnal yang berkaitan dengan jaringan sosial.

#### 1.6.4. Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam.

##### 1. Observasi

Teknik observasi ini biasa disebut juga sebagai pengamatan yaitu melihat kegiatan, mengamati kegiatan-kegiatan, memahami pola-pola, serta memaknai perilaku dari objek yang diteliti dengan menggunakan mata atau panca indera. Teknik observasi ini dilakukan agar dapat membuktikan kebenaran tentang hal-hal yang disampaikan oleh informan dengan kenyataannya.

Menurut Marshall (dalam Sugiyono, 2019, p. 226) menyatakan bahwa melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dengan observasi kita dapat melihat, mendengar, dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi. Teknik observasi bertujuan mendapatkan data yang menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Observasi yang peneliti lakukan adalah mengamati secara langsung dengan mengunjungi toko *thrift* di Kota Padang. Cara peneliti dalam melakukan pengumpulan data lewat observasi yaitu peneliti turun ke lapangan dan berkunjung ke toko *thrift* yang dijadikan sebagai informan.

Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi sejak September 2023. Pada saat itu peneliti sering membeli barang *thrift* di toko *thrift* di Kota Padang ini, peneliti juga sering pergi ke *event* Padang *Thrift Day* untuk



sekedar melihat atau pun membeli *thrift* disana, pada saat membeli barang *thrift* peneliti juga sempat bertanya tanya terkait barang *thrift* ini, seperti menanyakan dari mana mendapatkan barang *thrift* ini. Dengan begitu penlitit tertarik untuk membuat *term of reference* (TOR) dan proposal penelitian tentang *thrifting* pada bulan September 2023.

Observasi selanjutnya dilakukan pada tanggal 19 Januari 2024 sampai tanggal 20 februari 2024. Observasi ini dilakukan dengan cara melihat toko-toko *thrifting* yang ada di Padang. Peneliti tetap menyiapkan alat tulis untuk mencatat toko-toko *thrifting* yang ada di Padang dan mencatat hal-hal lainnya seperti mencatat nama toko serta alamat toko, kemudian peneliti juga menyiapkan *handphone* untuk dokumentasi. Hal ini peneliti lakukan untuk memberikan dukungan data yang valid tentang jaringan sosial toko *thrifting* yang ada di Padang, dengan melihat banyaknya toko *thrifting* di Padang maka dari itu peneliti dapat memperkuat data tentang jaringan sosial ini.

## 2. Wawancara Mendalam

Estenberg (dalam Sugiyono, 2019, p. 231) mendefinisikan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara mendalam adalah proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian yang diarahkan pada tujuan penelitian. Wawancara mendalam dilakukan secara

terkontrol, terarah, dan sistematis. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pelaku usaha *thrifting* di Kota Padang.

Wawancara mendalam dilaksanakan dengan membuat janji dan menyepakati waktu dan tempat untuk melakukan wawancara dengan informan. Untuk tempat pelaksanaan wawancara bisa dilakukan di toko, dirumah ataupun diluar, tergantung kesepakatan kedua belah pihak. Kemudian peneliti bertanya terkait dengan tujuan penelitian.

Wawancara dilakukan berdasarkan pedoman wawancara yang dibuat sebelum melakukan wawancara. Pedoman wawancara berisi pertanyaan yang bersifat terbuka bagi informan. Agar data yang didapatkan valid, wawancara tidak dilakukan hanya sekali saja melainkan secara berulang kali dengan menanyakan hal-hal yang berbeda kepada informan yang sama untuk menggali informasi dan mengklarifikasikan data yang didapatkan tentang masalah penelitian.

Sedangkan alat pada penelitian adalah benda yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data berupa:

1. Daftar pedoman wawancara, digunakan sebagai pedoman dalam mengajukan pertanyaan kepada informan.
2. Buku catatan dan pena, digunakan untuk mencatat seluruh keterangan yang diberikan oleh informan.

3. Alat perekam seperti *handphone*, digunakan untuk merekam sesi wawancara berlangsung.
4. Kamera, digunakan untuk mendokumentasikan peristiwa yang terjadi ketika proses penelitian berlangsung.

Dalam penelitian ini yang diwawancarai adalah 7 pedagang *thrifting* di Kota Padang, 3 karyawan sebagai informan pengamat. Peneliti awalnya mendatangi toko *thrifting* Empat Belas Second pada tanggal 19 Maret 2024 pada siang hari sekitar jam 14.00, akan tetapi toko tersebut belum buka, kemudian peneliti mendatangi kembali pada 22 Maret 2024 jam 15.30 dan ternyata yang ada hanya karyawan toko saja, peneliti diminta untuk mengunjungi kembali toko tersebut di malam hari sekitar jam 21.00 wib untuk wawancara langsung dengan pemilik toko Empat Belas Second yang berinisial FY, wawancara dilakukan setelah sholat tarawih di Toko Empat Belas Second. Setelah menemui pemilik toko peneliti menyampaikan maksud dan tujuan untuk datang ke toko tersebut, dan memperlihatkan surat izin penelitian yang didapatkan dari kampus. Setelah berbincang-bincang peneliti dan juga informan sepakat untuk wawancara di malam hari setelah sholat tarawih jam 21.00 wib sampai dengan jam 22.15 wib, lalu dilakukanlah wawancara mengenai jaringan sosial pedagang *thrifting* kepada informan. Awalnya peneliti menanyakan mengenai profil informan kemudian dilanjutkan dengan menanyakan terkait topik penelitian. Setelah itu peneliti melanjutkan wawancara dengan karyawan toko yaitu WAS pada hari yang sama di jam berbeda yaitu jam 22.15 wib.

Peneliti melakukan wawancara kembali dengan mendatangi toko *thrifting* Empat Belas Second pada 1 September 2024 di jam 21.00 wib, informan menerima

kedatangan peneliti dengan baik, peneliti menyampaikan maksud dan juga tujuan kepada informan untuk menanyakan kembali terkait tujuan penelitian. Saat wawancara dengan pemilik toko Empat Belas Second peneliti mendapatkan informasi mengenai hubungan pemilik toko dengan beberapa toko *thrifting* yang ada di Padang ini seperti toko Pemain Lama Outdoor, toko Lemari Fuja, toko July Summer, toko Second Alai dan juga toko Todzy. Tak hanya mewawancarai pemilik toko, peneliti juga melakukan wawancara kembali karyawan toko Empat Belas Second yaitu WAS.

Wawancara informan berikutnya AA yang merupakan pemilik toko Pemain Lama Outdoor pada tanggal 2 September 2024 di jam 21.00 wib, awalnya peneliti memperkenalkan diri lalu memperlihatkan surat izin peneliti kemudian peneliti menanyakan juga terkait dengan penelitian yaitu mengenai jaringan sosial pedagang *thrifting* di Kota Padang. Pada tanggal 3 September 2024 jam 18.00 wib peneliti melakukan wawancara dengan MP toko July Summer, namun pada saat itu pemilik toko sedang sibuk membongkar dan memisahkan barang-barang *thriftnya* dan peneliti diminta untuk datang kembali di toko tersebut pada jam 21.00. Pada hari yang sama pada tanggal 3 September 2024 peneliti juga melakukan wawancara di toko F5 *Thrifting Style* pada jam 19.00 wib yang pemilik tokonya berinisial HP. Terdapat sedikit kendala peneliti dalam melakukan wawancara dengan pemilik toko F5 *Thrifting Style* karena informan kurang komunikatif.

Pada tanggal 3 September 2024 peneliti menghubungi pemilik toko Lemari Fuja yang berinisial F via instagram lalu menyampaikan maksud dan tujuan peneliti yaitu untuk mewawancarai informan terkait penelitian yang dilakukan oleh peneliti,

peneliti dan juga informan menyepakati waktu dan tempat untuk wawancara dilakukan dikemudian hari yaitu pada tanggal 4 September 2024 di tempat *event* Padang Thrift Day yang diadakan di cafe Kupi Batigo Kota Padang. Setelah melakukan wawancara pemilik toko Lemari Fuja peneliti melakukan wawancara di toko Todzy pada jam 17.00 wib.

Informan selanjutnya yaitu pemilik toko Second Alai dengan insial D yang peneliti wawancarai pada tanggal 5 September 2024, kepada pemilik toko peneliti meminta izin dan juga memperlihatkan surat izin penelitian kepada informan agar mau diwawancarai, namun juga terdapat kendala dalam penelitian ini karena informan tidak terlalu responsif. Di hari berikutnya yaitu pada tanggal 7 September 2024 peneliti melakukan wawancara dengan karyawan toko Pemain Lama Outdoor yang berinisial SF pada jam 15.00, lalu kemudian karyawan toko Todzy berinisial TI pada jam 17.00 wib yang merupakan informan ke sepuluh.

Wawancara dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama dengan informan, dan dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan informan. Hasil wawancara yang telah dilakukan berupa catatan wawancara dan hasil rekaman suara selama wawancara. Setelah selesai wawancara seluruh informan, peneliti membuat hasil wawancara tersebut ke dalam catatan lapangan berupa transkrip wawancara.

#### **1.6.5. Unit Analisis**

Unit analisis berkaitan dengan pemilihan siapa dan apa yang akan diteliti sebagai upaya memahami permasalahan yang menjadi tujuan penelitian. Dalam

penelitian sosial, unit analisis berupa individu ataupun kelompok sesuai dengan fokus penelitiannya. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu pedagang *thriftling* di Kota Padang.

#### 1.6.6. Analisis Data

Menurut Afrizal analisis data dalam penelitian kualitatif tidak suatu proses menghitung data melainkan suatu proses pengolahan data mentah berupa penuturan, perbuatan, catatan lapangan, dan bahan-bahan tertulis yang memungkinkan peneliti untuk menemukan hal-hal yang sesuai dengan pokok persoalan peneliti. Hasil dari analisis data bukanlah berupa angka, bukan signifikansi hubungan yang dinyatakan dengan angka, bukan pula distribusi, melainkan kategori atau klasifikasi atau tipologi (Afrizal, 2016, p. 175).

Analisis data yang digunakan adalah analisis Miles dan Huberman yang dikategorikan dalam tiga tahap secara garis besar:

##### 1. Kodifikasi Data

Tahap kodifikasi data merupakan tahap pengkodean terhadap data. Data yang terkumpul dalam catatan lapangan atau verbatim dan ditulis ulang setelah wawancara di lapangan, selanjutnya diberikan kode atau tanda untuk informasi penting. Peneliti dapat mengelompokkan atau membedakan informasi penting dan tidak penting.

Informasi penting yaitu semua informasi yang berkaitan dengan topik atau permasalahan pada penelitian, sedangkan informasi tidak penting merupakan informasi yang tidak berkaitan dengan topik atau permasalahan

penelitian. Hasil dari kegiatan tahap pengkodean adalah didapatkannya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penamaan oleh peneliti (Afrizal, 2016, p. 178).

## 2. Penyajian Data

Tahap lanjutan dari analisis data dimana peneliti menyajikan temuan penelitian dalam bentuk kategori atau pengelompokkan. Miles dan Huberman menganjurkan menggunakan matriks dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian agar lebih efektif dan tidak menganjurkan untuk menggunakan cara naratif (Afrizal, 2016, p. 179).

## 3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan datanya. Kesimpulan adalah interpretasi atas temuan dari suatu wawancara atau dokumen. Setelah mendapatkan kesimpulan, peneliti mengecek kembali keabsahan interpretasi dengan mengecek ulang proses koding atau penyajian data yang sudah dilakukan sebelumnya untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam analisis data (Afrizal, 2016, p. 180).

Data dianalisis berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi yang dielaborasi ke dalam catatan lapangan sebagai bahan mentah untuk melakukan analisis. Data yang dikumpulkan dari lapangan diklasifikasikan secara sistematis dan dianalisis menurut kemampuan interpretasi peneliti dengan dukungan data primer dan data sekunder yang berdasarkan kajian

teoritis secara rinci. Pada tahap akhir kemudian peneliti menarik kesimpulan secara keseluruhan.

### 1.6.7. Definisi Operasional

1. Jaringan sosial, merupakan pola atau struktur hubungan sosial yang meningkatkan atau menghambat perilaku orang untuk terlibat dalam bermacam arena dari kehidupan sosial.
2. Pedagang, merupakan orang yang menjalankan suatu usaha atau bisnis dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
3. *Thrifting*, merupakan kegiatan membeli barang bekas, seperti baju, sepatu, celana, rok, jilbab, tas, dan aksesoris lainnya.

### 1.6.8. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Lokasi penelitian juga dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penelitian tidak selalu mengacu kepada wilayah, tetapi juga ada mengacu kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2016, p. 128). Berdasarkan pada latar penelitian permasalahan, daerah yang dijadikan lokasi penelitian ini adalah Kota Padang. Peneliti memilih Kota Padang, karena di Kota Padang banyak terdapat pelaku usaha *thrifting*, hal ini dapat dilihat dari data yang telah didapatkan saat peneliti melakukan observasi awal. Ditemukan data sebanyak 39 toko *thrifting* di Kota Padang.



### 1.6.9. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, mulai bulan Desember tahun 2023 sampai bulan Juli tahun 2024. Selanjutnya jadwal penelitian sesuai dengan tabel di bawah ini :

**Tabel 1. 3 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan**

No	Nama Kegiatan	2023	2024						
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1.	Penyusunan Instrumen Penelitian								
2.	Pengumpulan Data								
3.	Analisis Data								
4.	Penyusunan Laporan dan Bimbingan								
5.	Ujian Skripsi								

