

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri dan teknologi telah membawa perubahan besar terhadap cara hidup masyarakat di seluruh dunia, termasuk dalam hal berpakaian dan berpenampilan. Sejak terjadinya revolusi industri pada abad ke-19, mode dan pakaian tidak lagi sekadar kebutuhan dasar, tetapi telah menjadi bagian dari identitas sosial dan ekspresi diri. Arus globalisasi dan kemajuan media digital semakin mempercepat penyebaran tren mode, menjadikan masyarakat lebih mudah terpapar berbagai gaya hidup baru. Fenomena ini kemudian melahirkan perilaku konsumtif dan keinginan untuk selalu mengikuti tren terkini, yang dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out (FOMO)*. Menurut Fuadiyah et al. (2023), FOMO memiliki pengaruh psikologis terhadap perilaku konsumen, di mana individu cenderung terus mencari informasi dan ingin selalu memiliki hal yang sedang tren untuk memenuhi kebutuhan sosial dan emosionalnya.

Salah satu tren yang berkembang di tengah masyarakat saat ini adalah fenomena *thrift* atau pembelian barang bekas yang masih layak pakai. *Thrift shop* sendiri berarti tempat menjual barang-barang bekas seperti pakaian, sepatu, dan aksesoris yang masih berkualitas baik. Gaya hidup *thrifting* kini bukan hanya dianggap sebagai upaya untuk berhemat, tetapi juga sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan praktik konsumsi berkelanjutan. Menurut Sari & Yulianto (2022), generasi muda mulai menunjukkan kesadaran tinggi terhadap dampak ekologis dari perilaku konsumsi, sehingga mereka lebih memilih produk *thrift* sebagai alternatif yang ramah lingkungan dan ekonomis. Fenomena ini juga sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development*.

Goals (SDGs), khususnya poin ke-12 tentang *Responsible Consumption and Production*, yang mendorong masyarakat untuk mengubah pola konsumsi menuju arah yang lebih bijak terhadap sumber daya alam. Dalam konteks industri mode, praktik ini dikenal sebagai bagian dari gerakan *green fashion* yakni gaya hidup yang menekankan penggunaan kembali (*reuse*), daur ulang (*recycle*), dan pengurangan limbah tekstil (*reduce*). Menurut Kim et al. (2021), *green fashion* menjadi bagian penting dari transformasi perilaku konsumen global, karena mampu menekan dampak negatif industri fesyen yang selama ini dikenal sebagai salah satu penyumbang limbah terbesar di dunia. Dengan demikian, tren *thrift fashion* tidak hanya mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat modern, tetapi juga menjadi bentuk partisipasi nyata dalam mendukung agenda keberlanjutan global melalui konsumsi yang lebih bertanggung jawab.

Di Indonesia, perkembangan *thrift shop* tumbuh pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap mode berbiaya rendah namun tetap bergaya. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO, 2023), sektor ritel mengalami pertumbuhan signifikan pasca pandemi, termasuk pada penjualan barang bekas yang kini menjadi bagian dari pasar fesyen alternatif. Fenomena ini juga menunjukkan perubahan perilaku konsumen yang lebih rasional dan berhati-hati dalam pengeluaran, namun tetap ingin tampil modis. Namun, di sisi lain, muncul pula berbagai perdebatan mengenai legalitas aktivitas jual-beli barang bekas impor di Indonesia. Pemerintah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 telah melarang impor pakaian bekas karena dianggap dapat mengganggu industri tekstil dalam negeri dan berpotensi menimbulkan dampak kesehatan bagi masyarakat. Larangan ini ditegaskan kembali oleh Presiden Joko Widodo pada Maret 2023, yang menekankan bahwa impor pakaian bekas tidak hanya merugikan produsen lokal, tetapi juga

bertentangan dengan upaya pemerintah mendorong ekonomi kreatif domestik (Kementerian Perdagangan RI, 2023).

Meski pemerintah telah memperketat larangan impor pakaian bekas, permintaan terhadap produk *thrift* di Indonesia masih relatif tinggi. Hal ini tercermin dari data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa pada periode Januari–Agustus 2025 Indonesia masih mengimpor pakaian bekas dan barang tekstil bekas lainnya sebesar 1.243 ton. Meskipun angka tersebut menurun dibandingkan periode yang sama tahun 2024 yang mencapai 3.112 ton, volume impor pada tahun 2025 tetap jauh lebih tinggi dibandingkan periode Januari–Agustus 2016–2023 yang tidak pernah mencapai ribuan ton dimana Hong Kong menjadi negara asal terbesar impor pakaian bekas ke Indonesia (Databoks, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa di tengah penegasan regulasi dan larangan impor pakaian bekas, arus masuk produk *thrift* masih terjadi, yang mengindikasikan kuatnya permintaan pasar serta kompleksitas pengendalian perdagangan pakaian bekas di Indonesia. Kondisi ini menggambarkan bahwa minat masyarakat terhadap produk bekas, terutama pakaian impor, masih sangat besar. Kebijakan larangan impor pakaian bekas juga turut memengaruhi ketersediaan barang dan fluktuasi harga di pasar *thrift*, yang pada akhirnya bisa berdampak pada keputusan pembelian konsumen.



Sumber: Databoks (2025)

Gambar 1.1 Data Impor Pakaian Bekas Di Indonesia

Fenomena *thrift shop* juga berkembang pesat di berbagai daerah, termasuk Kota Padang. Kota ini mengalami peningkatan jumlah toko dan pedagang barang bekas, baik di pasar tradisional, toko maupun melalui platform digital yang berdasarkan hasil pencarian saya di google maps yang terdata ada kurang lebih 30 *thrift shop* yang ada di Kota Padang. Bagi masyarakat Padang, *thrift shop* menjadi pilihan menarik karena menawarkan harga yang jauh lebih terjangkau dibandingkan toko pakaian baru. Berdasarkan data dari 305.897, sedangkan pemerintah menetapkan Upah Minimum Provinsi (UMP) Sumatera Barat tahun 2025 sebesar Rp2.994.193,47 (AntaraNews Sumbar, 2025). Dengan tingkat pendapatan tersebut, wajar jika masyarakat cenderung mencari alternatif pembelian yang lebih hemat namun tetap fashionable. Selain faktor ekonomi, gaya hidup masyarakat muda di Kota Padang juga menjadi salah satu pendorong meningkatnya tren *thrift*. Hasil *pre-survey* yang dilakukan kepada lima konsumen perempuan yang berdomisili di Padang menunjukkan bahwa sebagian besar di antara mereka membeli pakaian bekas 1–2 kali setiap bulan, dan tiga dari lima responden mengaku bahwa gaya hidup menjadi alasan utama mereka memilih untuk berbelanja di *thrift shop*. Selain itu, empat dari lima responden

menyatakan bahwa kualitas produk dan harga yang terjangkau menjadi faktor penting dalam keputusan mereka.

Dalam konteks perilaku konsumen, keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah gaya hidup, persepsi harga, dan kualitas produk. Konsumen masa kini cenderung lebih selektif dalam memilih produk yang bukan hanya menawarkan harga terjangkau, tetapi juga memiliki kualitas yang baik serta sesuai dengan gaya hidup mereka. Annisa dan Juwita (2023) menemukan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli mahasiswa, di mana konsumen dengan gaya hidup hemat namun tetap modis lebih cenderung memilih produk yang memberikan nilai sepadan dengan harga yang dibayar. Selain itu, kualitas produk juga terbukti menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Yuliastuti (2024) menjelaskan bahwa persepsi harga, kepercayaan merek, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap perilaku beli konsumen di Indonesia. Lebih lanjut, Wardhana, Satyawan, dan Pawito (2023) menegaskan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari beberapa tahap, yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian, serta melakukan evaluasi pasca-pembelian. Tahapan ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan banyak aspek sebelum memutuskan membeli suatu produk, termasuk faktor gaya hidup, harga, dan kualitas produk. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen pada *thrift shop*.

Melihat pesatnya perkembangan bisnis *thrift shop* di Kota Padang dan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha, penting bagi pemilik toko untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mendorong konsumen melakukan pembelian. Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas topik serupa,

sebagian besar masih berfokus pada sektor ritel konvensional atau fesyen baru, bukan pada konteks *thrift shop*. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dengan meneliti secara spesifik **pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *thrift shop* di Kota Padang.**

