

PENGARUH *THRIFT SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION

Harmawan Teguh Saputra^{1*}, Agnestya Sukmawati²

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Argopuro Jember

*Email : harmawansaputra.edu999@mail.com

Abstrak

Minat seseorang terhadap gaya hidup juga tidak terlepas dari trend fashion yang sedang berkembang. Fashion adalah gaya berpakaian dan dandanan yang sedang populer dan mengikuti zaman. Fashion adalah benda-benda dan atribut yang dipakai manusia untuk mengidentifikasi diri seseorang secara khusus atau kelompok sosialnya sebagai salah satu kesatuan dirinya atau pencitraan diri dan kepribadian seseorang. Masyarakat umumnya memiliki daya tarik yang berbeda-beda satu dengan yang lain, dalam hal pemenuhan atribut fashion yang mereka butuhkan. Thrift shop adalah salah satu pilihan yang banyak dipilih masyarakat. Pakaian bekas saat ini bukan hanya komoditi yang di pandang sebelah mata akan tetapi memiliki nilai tersendiri bagi penikmatnya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apa saja pengaruh thrift shop terhadap keputusan pembelian produk fashion, di era yang saat ini di pengaruhi oleh gaya hidup dan perkembangan zaman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

Kata kunci: gaya hidup, harga, kualitas, merek, fashion

ABSTRACT

A person's interest in lifestyle cannot be separated from current fashion trends. Fashion is a style of clothing and grooming that is currently popular and follows the times. Fashion are objects and attributes that humans use to specifically identify themselves or their social groups as a unified self or a person's self-image and personality. People in general have different attractions to each other, in terms of fulfilling the fashion attributes they need. Thrift stores are one option that many people choose. Nowadays, used clothes are not just a commodity that is looked down upon but have their own value for those who enjoy them. This research aims to find out what influence thrift shops have on purchasing decisions for fashion products, in the current era which is influenced by lifestyle and developments over time. The method used in this research is qualitative method.

Keywords: lifestyle, price, quality, brand, fashion

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini fashion telah menjadi kebutuhan yang perkembangannya semakin besar bahkan dalam kurun waktu yang cukup singkat bisa memunculkan beberapa trend baru yang digunakan generasi muda, minat seseorang terhadap gaya khususnya pada fashion yang sedang berkembang sangat meningkat. Fashion adalah gaya berpakaian dan dandanan yang sedang populer dan mengikuti jaman. Biasanya Fashion merupakan benda-benda dan atribut yang dipakai manusia untuk mengidentifikasi diri seseorang secara khusus dan kelompok sosialnya sebagai salah satu kesatuan dirinya atau pernyataan pencitraan diri dan kepribadian seseorang. Kini Kebanyakan masyarakat memakai baju hanya berdasarkan merk dagang tertentu agar terlihat lebih di mata orang lain. Seseorang yang mengerti fashion pasti akan membeli barang dengan merk dan jenis fashion keluaran terbaru.

Di era sekarang ini, khususnya para remaja cenderung ingin tampil *fashionable* dan menjadi pusat perhatian. Para remaja juga tidak ingin ketinggalan jaman sehingga mereka akan melakukan apapun untuk mengikuti *trend* yang sedang ramai dipasaran. Bahkan mereka rela membeli barang tersebut walaupun sebenarnya tidak dibutuhkan. Biasanya para remaja mengikuti gaya idolanya dalam berpakaian atau *fashion*. Pakaian atau *fashion* yang digunakan idolanya biasanya berharga mahal, sedangkan para remaja tidak memiliki cukup uang untuk memenuhi hal tersebut.

Industri fashion selalu menghadirkan tampilan baru yang ragamnya bermacam macam, para remaja utamanya untuk terlihat modis dengan mengikuti trend fashion sesuai dengan perkembangan yang di hadirkan oleh industri *fashion*, sebagian orang yang akan mencari cara untuk tetap terlihat modis namun dengan modal yang minimal untuk memaksimalkan pencapaian tujuan yang telah mereka tetapkan, alternatif atau cara yang ditempuh yakni melalui konsumsi pakaian bekas atau fashion thrift yang lebih dikenal dengan istilah *thrift shopping*. *Thrifting* kehadirannya kini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat khususnya pecinta fashion. Trend *thrift shopping* bagi kalangan pecinta fashion sangat menarik. Bagi penikmat fashion thrift, mereka mampu mendapatkan pakaian yang unik, dengan kualitas bagus, serta mereka bisa mendapatkan bakaaia bran dengan harga yang lebih murah. Fakta tersebut yang menjadi thrift shopping dirasa sebagai alternatif konsumsi yang paing tepat dilakukan sehingga kini aktvitas ini menjadi populer.

Kebutuhan setiap manusia tidak dapat dipisahkan dari sandang atau pakaian. Pakaian terdiri dari berbagai macam jenis, yang dahulunya hanya digunakan untuk menutupi tubuh mereka. Pakaian dikenal dengan fashion yang merupakan salah satu ikon yang digandrungi oleh kalangan remaja utamanya mahasiswi. Sederhananya fashion dapat dimaknai sebagai busana atau pakaian. Fashion maknanya sejatinya sangat multitafsir, bagi konsumen fashion kini telah menjadi bahan yang wajib dikonsumsi serta sebagai sarana untuk memanjakan batin dengan menikmati benda-benda komersil (Lestari, 2014).

Industri fashion selalu menghadirkan tampilan baru yang ragamnya bermacam macam. Para remaja utamanya mahasiswi berbondong bondong untuk terlihat modis dengan mengikuti tren fashion sesuai dengan perkembangan yang dihadirkan oleh industri fashion. Sebagian orang akan mencari cara untuk tetap terlihat modis namun dengan modal yang minimal untuk memaksimalkan pencapaian tujuan yang telah mereka tetapkan. Alternatif atau cara yang ditempuh yakni melalui konsumsi pakaian bekas atau fashion thrift yang lebih dikenal dengan istilah thrift shopping.

Thrifting kehadirannya kini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat khususnya pecinta fashion. Tren thrift shopping bagi kalangan pecinta fashion sangat menarik. Bagi para penikmat fashion thrift, mereka mampu mendapatkan pakaian yang unik, dengan kualitas bagus, serta mereka bisa mendapatkan pakaian brand dengan harga yang lebih murah. Fakta tersebut yang menjadikan thri f t shopping dirasa sebagai alternatif konsumsi yang paling tepat dilakukan sehingga kini aktivitas ini menjadi semakin populer.

Tren *thrift shopping* ini bermula dari meningkatnya kesadaran masyarakat akan keberlanjutan (*sustainability*). Dapat dikatakan dalam hal ini, masyarakat telah memahami bahwa baju bekas merupakan sumber limbah dunia yang sangat besar. Melalui aktivitas ini, maka baju bekas yang seharusnya dibuang oleh pemiliknya, kini dapat digunakan kembali oleh o rang lain. Kemunculan pasar barang bekas menjadi peluang besar bagi kalangan remaja yang ingin mengekspresikan dirinya menggunakan fashion akan tetapi dengan harga yang seminimal mungkin hingga mudah dijangkau oleh kalangan remaja.

Thrifting adalah kegiatan berburu barang-barang thri f ke pasar atau bisa melalui *e-commerce*. Barang-barang tersebut dibandrol dengan harga yang jauh lebih murah. Hal yang menarik dari *thrifting* adalah tidak jauh dari kata berburu. Kalian harus memilih dan memilah serta berebut dengan orang lain. Thrift adalah barang bekas atau second yang berasal dari barang impor. Biasanya barang ini kondisinya ada yang seperti baru atau tidak 100% mulus, sedangkan *thrift shopping* adalah toko yang menjual barang-barang thrift.

Istilah *thrift shopping* pada awalnya berasal dari bahasa Inggris yaitu *thrift*, yaitu berarti kegiatan mengurangi pemborosan keuangan, sedangkan *shopping* adalah kegiatan membeli barang yang bertujuan untuk menghemat uang dan menekan biaya serendah mungkin. Istilah ini muncul di Inggris pada tahun 1300-an. Pada saat itu, pakaian bekas ditumpuk dan di jual di alun-alun pasar. Ketika masyarakat mulai memodernisasi, pedagang barang bekas dimulai sebagai sistem barter, melayani masyarakat berpenghasilan rendah

Trend *Thrift Shop* ini bermula dari meningkatnya kesadaran masyarakat akan keberlanjutan (*sustainability*). Dapat dikatakan dalam hal masyarakat telah memahami bahwa baju bekas merupakan sumber limbah dunia yang sangat besar. Sejak abad ke-18 sampai abad awal ke-19 menjadi awal mula busana diproduksi secara besar atau skala besar. Pada saat itu terjadi revolusi industri yang mengakibatkan barang-barang menjadi *disposable* (sekali pakai lalu bisa dibuang). Akibatnya limbah pakaian bekas pun menjadi semakin meningkat. Pada awal tahun 2000 sampai 2021, produksi pakaian meningkat 2 kali lipat dari sebelumnya atau setara 60%. Hal ini mengakibatkan khususnya di negara maju dan berkembang semakin banyak menghasilkan sampah baju bekas yang semakin menumpuk di pembuangan sampah, terutama dari barang *masproduct* (Sax dalam Dewi, 2020). Melalui aktivitas ini, maka baju bekas yang seharusnya dibuang oleh pemiliknya, kini dapat digunakan kembali oleh orang lain. Kemunculan pasar barang bekas menjadi peluang besar bagi kalangan remaja yang ingin mengekspresikan dirinya menggunakan fashion akan tetapi dengan harga yang seminimal mungkin oleh kalangan remaja.

Di Indonesia sendiri saat ini fenomena *thrift* menjadi ledakan dimana mana padahal keberadaan jual beli barang bekas ini sudah ada sejak lama. *Thrift* mulai terkenal lagi ketika Indonesia mengalami pandemi Covid-19. Trend *thrift shopping* bagi kalangan pecinta *fashion* sangat menarik bagi para penikmat *fashion thrift*, mereka mampu mendapatkan pakaian yang unik dengan kualitas bagus, serta mereka bisa mendapatkan pakaian brand dengan harga yang lebih murah. Fakta tersebut yang menjadikan *thrift shopping* dirasa sebagai alternatif konsumsi yang paling tepat dilakukan sehingga kini aktivitas ini menjadi semakin populer sampai saat ini. Adanya perkembangan zaman, mengakibatkan segala aspek kehidupan turut berkembang. Salah satu perkembangan tersebut terjadi pada sisi pakaian atau *fashion* yang menyebabkan berbagai macam variasi baru pakaian mulai bermunculan yang menarik dimata konsumen. Pakaian dengan model baru atau model lama yang kini diadaptasi ulang memang memiliki daya tarik tersendiri bagi para konsumen khususnya kalangan remaja yakni mahasiswi. Salah satu jenis pakaian yang kini sangat diminati oleh kalangan remaja khususnya mahasiswi adalah pakaian bekas atau *thrift fashion*.

Berbagai macam sumber menjadi referensi dan informasi sehingga akhirnya para remaja khususnya mahasiswi kian menggandrungi aktivitas *thrift shopping*. Media sosial, lingkungan pertemanan merupakan contoh dari sumber informasi terkait adanya *thrift shopping* bagi para informan. *Thrift* gencar dipopulerkan oleh para pesohor melalui media sosial berdasarkan informasi bahwa *thrift* memiliki sisi unik yang lebih, ditambah harga yang dibandrol ramah dikantong. Media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran beragam informasi seperti informasi terkait *thrift shopping*. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengapa *thrift shopping* menjadi sebuah tren

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana *thrift shop* bisa banyak diminati oleh berbagai kalangan pecinta fashion khususnya anak-anak remaja zaman sekarang. Apa yang menjadi minat keputusan dalam memilih *thrift shop*?. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *thrift shop*?

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui mengapa *thrift shop* lebih banyak diminati dalam pembelian produk fashion pada zaman sekarang khususnya bagi kaum milenial dan pecinta fashion. Kualitas produk, harga dan gaya hidup zaman sekarang yang menjadi pengaruh minat keputusan pembelian terhadap produk fashion pada *thrift shop*

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengaruh

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2015), "Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang." Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya (Yosin, 2012).

Menurut Bartram Johannes Otto Schrieke, pengaruh adalah bentuk dari suatu kekuasaan yang tidak dapat diukur kepastiannya. Menurut Albert R. Roberts dan Gilbert, pengaruh adalah wajah kekuasaan yang diperoleh oleh orang saat tidak memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan.

2. Thrift Shop

Thrift shop sendiri merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris, untuk kata *thrift* itu pun mempunyai arti sebuah kegiatan meminimalisir atau mengurangi pemborosan atau yang singkatnya disebut penghematan keuangan. *Thrift shopping* ini sebenarnya adalah sebutan masa kini dari barang bekas atau pakaian bekas. Pakaian bekas merupakan pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya biasanya pakaian-pakaian bekas diimpor dari luar negeri.

3. Trend

Dalam arti bahasa Inggris, *trend* adalah kata yang sangat familiar, dan beberapa dari kita juga sudah pernah mendengar atau mengucapkan atau bahkan mengikuti kata dan arti *trend* berkali-kali. *Trend* adalah segala sesuatu yang sedang dibahas atau di bicarakan, dirasa, dipakai, atau digunakan oleh banyak orang-orang pada titik waktu tertentu atau masa tertentu.

4. Brand

Menurut Keller (2013). Merek disebut sebagai simbol yang diharapkan dapat memberikan karakter dan perbedaan pada produk pesaing.

5. Harga

Kotler dan Keller mencirikan biaya sebagai salah satu komponen dari campuran promosi yang menghasilkan pendapatan sementara yang lain menciptakan biaya. Selain itu, (Hasan, 2008) berpendapat bahwa istilah "harga" mengacu pada segala bentuk biaya moneter yang bersedia di bayar konsumen untuk memperoleh, memiliki, dan memanfaatkan berbagai produk dan layanan pada tahun 2007, kemudian Fandy tjiptono harganya bisa berubah dengan cepat karena fleksibel

Harga sebagaimana didefinisikan oleh Suharno dan Sutarso (2010), adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa. Menurut (Sumarwan, 2011), harga adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang paling sering digunakan konsumen untuk mengevaluasinya. Oleh karena itu harga menjadi pertimbangan utama saat memilih produk dan layanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), harga adalah jumlah dari nilai yang diberikan dengan imbalan keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau layanan

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah sesuatu keputusan karena ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk, dan ingin membeli, mencoba, menggunakan, atau memiliki produk tersebut. Dalam keputusan membeli barang, konsumen sering kali ada lebih dari 2 pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Koesoemaningsih, 2013).

b. Produk

Definisi produk menurut Fandy Tjiptono (2015). Adalah pemahaman subjektif produsen atas 'sesuatu' yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Jadi secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atau sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

c. Fashion

Pengertian fashion sendiri berawal dari bahasa Inggris yang artinya adalah cara, kebiasaan atau mode. Polhemus dan Procter menunjukkan bahwa "dalam masyarakat kontemporer barat, istilah fashion kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana" (Malcolm Barnard, fashion sebagai komunikasi).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian mengumpulkan hasil penelitian pengaruh *thrift shop* terhadap keputusan pembelian produk fashion. Moleong dalam (Mais et al, 2015) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlatar belakang alamiah, dengan tujuan memberi penafsiran pada fenomena-fenomena yang terjadi.

Tujuan penelitian kualitatif menurut Yuswan didalam (Bungin, 2001) yaitu supaya dapat memberi deskripsi secara terperinci serta lebih jelas dan lebih akurat. Sehingga nantinya data yang diperoleh penelitian merupakan sebuah data deskriptif yang berisi tentang semua gejala serta fakta-fakta sosial dan juga arti arti fakta yang ditemukan pada saat penelitian penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dikarenakan pola pikir tidak mudah untuk diamati secara langsung dan tidak mudah diukur secara kuantitatif (Montesori, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring berkembangnya zaman, mengakibatkan segala aspek kehidupan turut berkembang. Gaya hidup membuat industri yang menggeluti bidang-bidang gaya hidup bersaing untuk membuat beragam jenis mode untuk menarik minat masyarakat. Dalam jaman yang lebih mememtingkan gaya hidup, penampilan menjadi utama. Masyarakat modern sekarang ini sudah tidak lepas oleh gaya hidup dari segi fashion, agar menunjukkan dirinya selalu mengikuti perkembangan fashion terlihat stylish selalu mementingkan gengsi atas apa yang mereka pakai. Yakni remaja merupakan salah satu individu yang sangat mudah dipengaruhi oleh modernitas. Namun dibalik hal tersebut muncul suatu alternatif untuk menuruti gengsi agar tidak ketinggalan trend fashion dan dapat memenuhi hasrat terlihat fashionable serta tidak harus membeli barang branded di *shopping mall*.

Salah satu perkembangan tersebut yang saat ini sedang marak dengan munculnya trend *thrift shop*, yaitu menjual barang-barang bekas layak pakai yang saat ini mencuri perhatian masyarakat apalagi pada kaum milenial. Trend mengenai pakaian merupakan sebuah bentuk kebudayaan yang paling dinamis, perubahan-perubahan ini mengikuti zaman dan minat dari individu atau kelompok pemakai atau bisa dibilang sebagai konsumen. Salah satu yang menjadi daya tarik bagi masyarakat karena *thrift shop* menyediakan barang-barang fashion bekas pakai yang biasanya memiliki merek terkenal yang biasanya di impor dari luar negeri dan kualitas yang bisa di bilang masih layak pakai. Bisa di lihat sekarang para masyarakat lebih memilih barang yang bermerek karena mengikuti trend

Selain merek, harga juga menjadi salah satu alasan masyarakat khususnya kaum milenial memilih *thrift shop* dalam membeli produk fashion, karena harga barang-barang di *thrift shop* jauh lebih murah dan kualitasnya bagus. Tidak hanya itu *thrift shop* menyediakan barang-barang impor dari luar yang sedang trend. Itu yang menjadi alasan mengapa masyarakat lebih memilih *thrift shop* dalam membeli produk fashion. Jadi hasil penelitian dari ini menunjukkan bahwa harga, kualitas, dan merek menjadi pengaruh *thrift shop* terhadap keputusan pembelian produk fashion

KESIMPULAN

Gaya hidup masa kini serta diikuti dengan fashion yang berlangsung. Tidak semua masyarakat memiliki budget yang berlebih untuk membeli atribut fashion yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dewasa ini begitu banyak pilihan dan tempat untuk mendukung seseorang tak terkecuali dengan barang bekas. Berpakaian stylish dengan mengenakan barang-barang fashion. Pakaian bekas menjadi salah satu alternatif untuk berpenampilan stylish dengan harga yang lebih terjangkau, hal ini dibuktikan dengan maraknya toko yang sedang trend yaitu *thrift shop*. Pakaian *thrift* merupakan pakaian bekas impor yang memiliki kualitas bagus serta harga yang terjangkau.

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian serta pembahasan tentang pengaruh *Thrift Shop* terhadap keputusan pembelian produk *Fashion* bisa disimpulkan bahwa gaya hidup, harga, kualitas, merek, dan trend menjadi pengaruh keputusan pembelian pada *thrift shop* dalam pembelian produk fashion. Saat ini yang sedang di cari oleh masyarakat khususnya bagi kaum milenial suka dengan produk yang kualitas bagus dengan harga yang lebih murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadila, Nika Nencyana, dkk. (2023). *Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa*. Vol 1, No 3, Juli 2023, hal 279.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/sorot/article/view/84815>
<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/37/24/124?shem=sswnst>
- Marlius, doni. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindio Padang*.
- Nurfauzi, Yogi, dkk. (2023). Analisis faktor yng mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk dan harga kompetitif
https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2019&q=harga+merupakan&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1701364141543&u=%23p%3D7F_raE3MZnkJ
- Sakinah, nazjar, dkk. (2022). *Trend fashion di kalangan mahasiswa-mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*.
<https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/download/2682/1395>
- Saputro, L Saputro. (2018). *Thrift Store Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Esistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)*. Vol. VII/No.3/Oktober 2018, hal 336, 335.
- Sari, Dewi Ayu Putu Leliana. (2022). *Thrift Fashion dalam Perubahan Paradigm Pandemi; Dilarang Tapi Digemari?*.
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/Lencana/article/download/1836/181>
- Siradjudin, M Arif, dkk. (2023). *Fenomena Thrift Shopping Pada Pemuda Kecamatan Mulyorejo Surabaya*. <https://ebookchapter.isi-dps.ac.id/index.php/dcd/article/view/60>
- Suarningsih, Kadek Ni, dkk. (2022). *Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*.
<https://repository.unair.ac.id/79426/>
- Tyaswara, Baruna, dkk. (2016). *Fashion sebagai bentuk ekspresi diri dalam komunikasi*.