BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengingat perkembangan zaman serta tren saat ini yang semakin meningkat, maka keinginan dan selera konsumen pun semakin meningkat. Perubahan lingkungan ekonomi dan perkembangan teknologi yang sangat cepat menuntut setiap pengusaha, termasuk usaha kecil dan menengah, untuk beradaptasi dengan pola perubahan yang ada guna menghasilkan produk atau jasa yang dapat diterima oleh konsumen agar tetap kompetitif dalam industri. Akibatnya, industri baik produk maupun jasa harus meningkatkan kualitas produk dan kapasitas produksi serta melakukan inovasi produk agar konsumen tetap menggunakan produk atau jasa industri tersebut.

Perkembangan zaman serta tren yang terus bergerak dan tidak dapat dibendung memunculkan banyak peluang usaha serta sub bisnis baru, hal ini berdampak pada meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, bisnis yang dibangun oleh pengusaha tentunya harus bisa mencakup berbagai pihak, seperti pihak *marketing* atau pemasaran, pemasok, investor, manajemen atau SDM serta pihak internal dan eksternal lainnya termasuk konsumen. Dimana dalam menjalankannya, para pihak tersebut harus selalu saling selaras agar perusahaan dapat berjalan dengan baik serta *sustainable*.

Keberlanjutan atau s*ustainability* usaha adalah satu hal cukup sulit bagi pengusaha. Menjalankan dan mempertahankan bisnis tidak Semudah memulai bisnis karena begitu bisnis sudah berdiri dan berjalan ada banyak kendala yang tidak terduga yang dapat mengganggu kelangsungan usaha. Menurut (Anugrahito, 2020)Salah satu faktor penting keberhasilan usaha, sehingga berkembang menjadi usaha yang maju dan profesional adalah upaya proaktif dari pemilik usaha untuk merubah tatanan organisasi, serta mengubah segala sistem yang ada, sehingga nantinya usaha yang akan mau dikembangkan mendapatkan kepercayaan yang lebih, sehingga minat orang untuk menanmkan

investasi atau mendirikan usaha menjadi meningkat dengan signifikan, dimana kemampuan ini harus dimiliki oleh setiap wirausahawan agar usahanya dapat kembali ke jalur yang semestinya.

Menurut (Khasanah & Himam, 2019) Setiap pengusaha yang selalu proaktif untuk mengatasi segala persoalan, serta merubah apa yang masih belum sesuai menjadi sesuai, dimana usaha yang dilakukan membutuhkan kerjasama yang komprehensif bagi segala lini yang terlibat dalam eksistensi usaha, dimana siakap proaktif dari seorang pemilik usaha diupayakan agar tidak terjadi permasalahan yang berlarut-larut yang akan membuat permaslahaan menjadi bertamabah panjang dan rumit untuk diselesaikan.

Selain memiliki sikap proaktif pengusaha juga tentu harus memiliki pola pikir kewirausahaan. Sikap proaktif dari pemilik usaha dapat berjalan sebagaimana mestinya jika memiliki pola pikir yang layak menjadi seorang pengusaha, dimana pola pikir seorang pengusaha akan membuat jiwa kewirausahaan dari pemilik usaha itu dapat terasah dan mampu mengembangkan diri demi tercapainya visi dan misi dalam sewaktu ingin mendirikan usaha. Seseorang yang memiliki pola pikir sebagai seorang wirausahwan sudah barang tentu harus membuat usahanya bagaimana pun caranya harus bisa bersaing dengan usaha lainnya, baik sejenis, maupun yang berlainan jenis, dimana pengusaha yang mempunyai pola pikir sebagai seorang wirausahawan ini harus dibarengin dengan tempaan yang keras dan tahan terhadap ujian dan cobaan yang dialami, dimana usaha yang akan dibuat harus tahan terhadpa cobaan dan ujian serta tantangan agar nantinya bisa sukses dan usahanya pun dapat kian berkembang (Suryawan, 2015).

Dengan memiliki pola pikir kewirausahaan maka orang bisa menyatukan tekad dan semangat, serta mampu proaktif dalam membedah segala sesuatu yang menjadi ganjalan dan hambatan ketika akan memulai usaha dan ketika usaha tersebut sudah berjalan dengan lancar, dimana ganjalan dan hambatan yang dimaksud, yaitu hal-hal yang membuat usaha itu terhambat, sehingga

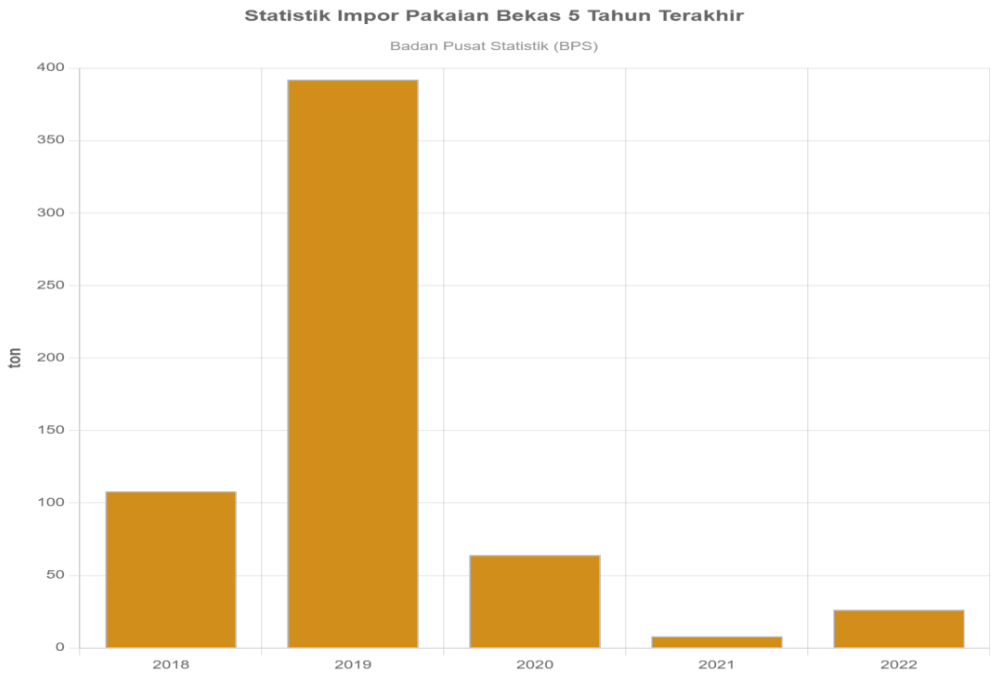
pengusaha harus memiliki kemampuan untuk proaktif dan tidak cenderung pasif ketika ingin mengatasi hambatan tersebut, sehingga hambatan yang mempengaruhi usaha kita bisa diminimalisir atau dihilangkan dengan kemampuan dan pola pikir, serta keaktifan dari pemilik usaha untuk mencegah usaha yang dijalankan terkendala operasionalnya. (Rudy, Carissa gonata 2021)

Bisnis *fashion* adalah salah satu bisnis yang memiliki sustainability serta terus berkembang beriringan dengan berkembangan zaman dan tren yang terus bergerak. Bisnis ini merupakan bisnis yang menjanjikan keuntungan dan memiliki daya tahan yang baik karena tren *fashion* yang pastinya selalu bergerak dan berputar. Salah satu bisnis *fashion* yang saat ini terus berkembang adalah bisnis jual beli pakaian bekas *(thrifting).* Berbeda dengan bisnis *fashion* pada umumnya yang biasanya menjual *fashion item* terbaru, *thrifting* ini justru menjual dan menyediakan barang barang bekas pakai yang bahkan tidak jarang sudah berumur puluhan tahun yang kebanyakan diimpor dari luar negeri dan dijual kembali di Indonesia.

Menurut peraturan menteri perdagangan republik Indonesia No. 40 tahun 2022, tentang perubahan atas peraturan menteri perdagangan No. 18 tahun 2021 tentang barang dilarang ekspor dan barang dilarang impor " jenis barang yang dilarang impor salah satunya adalah pakaian bekas dan barang bekas lainnya"(Kementrian Perdagangan, 2022) Sehingga bisnis jual beli pakaian bekas *(thrifting)* ini banyak menuai pro dan kontra. Menurut menteri koperasi dan UKM Teten Masduki (Nadya Zahira, 2023) praktik impor baju bekas tersebut dapat menghancurkan industri pakaian dan alas kaki nasional, sebanyak satu juta tenaga kerja kehilangan lapangan pekerjaan, selain itu aktifitas barang impor tersebut juga dapat mengganggu pendapatan negara karena aktivitas impor yang ilegal. Hal ini tentunya menambah permasalahan yang dihadapi oleh parah negusaha pakaian bekas *(thrifting)* itu sendiri untuk keberlanjutan bisnisnya.

Namun dibalik banyaknya pro dan kontra permasalahan impor tersebut, pengusaha jual beli pakaian bekas *(thrifting)* ini masih terus menjamur dan berkembang. Bahkan menurut data dari badan pusat statistik (BPS) terdapat lonjakan impor pakaian bekas yang sgnifikan pada 5 tahun terakhir di Indonesia.

Gambar 1.1 Statistik Impor Pakaian Bekas



Sumber : Data Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data dari BPS tersebut dapat dilihat seberapa tinggi impor pakaian bekas yang terjadi selama 5 tahun terakhir. Hal ini tentunya berbanding lurus dengan banyaknya tersebar usaha jual beli pakaian bekas *(thrifting)* di seluruh wilayah di Indonesia, tidak terkecuali di kota Jambi.

Pada tingkat Kota Jambi sendiri dalam beberapa tahun kebelakang usaha pakaian bekas *(thrifting)* sangat berkembang pesat. dapat dilihat dari banyaknya toko pakaian bekas *(thrifting)* yang tersebar di beberapa wilayah di kota Jambi, salah satunya di daerah pasar Aur Duri.

Para pengusaha pakaian bekas *(thrifting)* di daerah pasar Aur duri membuka dan memulai usahanya secara mandiri, perkembangan pakaian bekas *(thrifting)* dapat menarik semua kalangan mulai dari remaja hingga dewasa. Pakaian bekas sangat diminati, selain harganya yang murah, banyak barang-barang *branded* yang dijual, sehingga para konsumen bisa memilikinya tanpa harus mengeluarkan uang dengan jumlah yang besar. Adapun barang yang dijual berupa baju, celana, jaket, sepatu, huingga jas dan pakaian lainnya. Harga pakaian bekas yang dijual di daerah pasar Aur duri hanya mulai dari Rp.5000 (lima ribu rupiah) sampai dengan Rp.500.000 (lima ratus ribu rupiah) bahkan hingga juta-an rupiah sesuai dengan kondisi dan *brand* . *Brand* yang banyak dipasarkan seperti Nike, adidas, levi's, Stussy, Gucci, dickies, H&M, Uniqlo, dan *brand* terkenal lainnya. Barang yang di jual oleh para pengusaha rata-rata adalah barang import dari luar negeri seperti Autralia, Jepang, Singapura, Malaysia, tiangkok, hingga Amerika Serikat.

Berikut ini tabel toko pakaian bekas *(thrifting)* yang berada di wilayah pasar Aur Duri

Tabel 1.1 Daftar Toko Pakaian Bekas (thrifting)

No.	Nama Toko	Nama Pemilik	Lama Usaha	Omzet/bulan
1	Jambi Second Store	Novri	1-3 Tahun	5-8 Juta
2	BJ mama kari	kari	>10 Tahun	8-10 Juta
3	Woohoo thrift	Amanda	1-3 Tahun	5-8 Juta
4	Fani BJ	Fani	3-6 Tahun	8-10 Juta
5	Thrifttoon	Nadia	3-6 Tahun	5-8 Juta
6	Toko busana Opung jait	Meri	>10 Tahun	5-8 Juta
7	Maria bj jambi	Maria	6-9 Tahun	5-8 Juta
8	Kepoin seken	Naomi	3-6 Tahun	5-8 Juta
9	BJ ibu Syam	Syamsidar	>10 Tahun	8-10 Juta

10	Hanif Fhasion	Masturo	>10 Tahun	5-8 Juta
11	BJ Rezki	Dodi	6-9 Tahun	8-10 Juta
12	BJ Bang Ari	Ari	6-9 Tahun	2-5 Juta
13	Thrift.by nayla	Nayla	3-6 Tahun	8-10 Juta
14	Bekas berkualitas	Reza	3-6 Tahun	2-5 Juta
15	Aur Duri second	Dio	6-9 Tahun	5-8 Juta
16	Bekas jambi	Yehezki	3-6 Tahun	>10 Juta
17	Bekas Berkualitas	Mariadi	3-6 Tahun	2-5 Juta
18	Nia BJ	Meli	6-9 Tahun	5-8 Juta
19	Rida BJ	Rida	3-6 Tahun	2-5 Juta
20	Kellin BJ	Kellin	>10 Tahun	5-8 Juta
21	BJ Berkah	Meli	1-3 Tahun	2-5 Juta
22	Riska BJ	Riska	6-9 Tahun	5-8 Juta
23	BJ mama sendy	Yanti	>10 Tahun	5-8 Juta
24	Second branded	Sari	3-6 Tahun	2-5 Juta
25	By.min thtift	Regi	1-3 Tahun	2-5 Juta
26	Thrifting RR	Riski	3-6 Tahun	8-10 Juta
27	Riski Fhasion	Rismanto	>10 Tahun	>10 Juta
28	Kia BJ	Tari	6-9 Tahun	5-8 Juta
29	Djb.thrift	dandi	3-6 Tahun	5-8 Juta
30	Bekas keras	Eri	6-9 Tahun	5-8 Juta

Sumber : Data observasi 2023

Meskipun telah ada larangan dari pemerintah yang mengakibatkan beberapa pengusaha sulit untuk mencari barang baru karena kebijakan import dari pemerintah, para pengusaha yang berada di pasar Aur duri terbilang tetap eksis dan *sustain,* terbukti dari terus bertambahnya pengusaha yang memilih berjualan di wilayah pasar Aur Duri.

Selain itu, *Problem* lain yang dihadapi oleh bisnis pakaian bekas (thrifting) adalah faktor eksternal yang mencakup ancaman untuk bertahan karena munculnya pesaing baru. Ancaman ini memiliki kondisi negatif dan tidak menentu yang dapat mengganggu aktivitas bisnis, seperti jika pangsa pasar saat ini tidak menarik karena pesaing baru memiliki sumber daya yang lebih baik dan baru, serta produk pengganti.

Karena persaingan yang semakin ketat di industri pakaian bekas (thrifting) di daerah pasar Aur Duri, para wirausahawan yang ada dituntut untuk terus berusaha mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar. Untuk dapat bersaing dengan pengusaha lainnya, mereka harus memiliki kualitas, kemampuan, ide-ide kreatif, inovasi baru, dan pengetahuan bisnis yang diperlukan untuk mempertahankan keunggulan mereka agar dapat bertahan dari gempuran bisnis pakaian bekas (thrifting).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kepribadian proaktif dan pola pikir kewirausahaan dalam berbisnis khususnya pada usaha *thrifting* di wilayah pasar Aur Duri Jambi , dengan judul **"PENGARUH KEPRIBADIAN PROAKTIF DAN POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS PADA USAHA PAKAIAN BEKAS *(THRIFTING)* DI WILAYAH PASAR AUR DURI"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepribadian proaktif mempengaruhi keberlanjutan bisnis?
2. Apakah pola pikir kewirausahaan berpengaruh pada keberlanjutan bisnis?
3. Apakah kepribadian proaktif dan pola pikir kewirausahaan mempengaruhi keberlanjutan bisnis?

4. Variabel manakah yang lebuh dominan dalam mempengaruhi keberlanjutan bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa dan menjelaskan pengaruh kepribadian proaktif terhadap keberlanjutan bisnis.
2. Untuk menganalisa dan menjelaskan pengaruh pola pikir kewirausahaan terhadap keberlanjutan bisnis.
3. Uuntuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepribadian proaktif dan pola pikir kewirausahaan terhadap keberlanjutan bisnis.
4. Untuk menganalisa dan menjelaskan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

   Sebagai bahan referensi yang nantinya diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.
2. Bagi peneliti

   Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemikiran untuk memperluas wawasan berpikir ilmiah dalam bidang kewirausahaan, terkhusus yang berkaitan dengan mendirikan usaha pakaian bekas *(thrifting)*.
3. Bagi pelaku bisnis

   Sebagai sumber informasi untuk menjadi pertimbangan bagi para wirausahawan dalam mendirikan usaha dan sebagai bahan masukan kepada wirausahawan mengenai bagaimana pentingnya prilaku proaktif dan pola pikir kewirausahaan dalam keberlanjutan pada bisnis.

4. Bagi pemerintah

   Sebagai sember informasi serta referensi untuk menjadi bahan pertimbangan terhadap pengambilan tindakan dalam kelanjutan bisnis pakaian bekas *(thrifting)*.