

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini kebutuhan adalah hal yang paling krusial ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Selain itu, pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang pesat khususnya dalam bidang konsumsi. Tingginya tingkat konsumsi membuat masyarakat harus dapat mengikuti perkembangan yang terjadi dalam segi pakaian. Pakaian adalah hal yang selalu digunakan setiap setiap harinya. Hal tersebut menuntut manusia untuk memproduksi pakaian dari berbagai bentuk dan merek karena permintaan pasar yang semakin tinggi.

Pakaian bekas merupakan pakaian sisa penjualan yang berasal dari pabrik garmen dan *departemen store* kemudian tertimbun di gudang selama beberapa tahun. Pakaian bekas menjadi *trend fashion* dikalangan masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa. Banyaknya mahasiswa yang tidak dapat membedakan mana kebutuhan primer dan mana kebutuhan tersier yang menyebabkan mahasiswa tidak peduli pakaian tersebut adalah pakaian baru atau bekas yang paling penting mereka mendapat apa yang mereka inginkan.

Tingginya tingkat konsumsi masyarakat dapat dibuktikan dari banyaknya impor pakaian bekas ke Indonesia. Dilansir dari <https://data.goodstats.id> volume impor pakaian bekas yang masuk ke Indonesia pada tahun 2022 meningkat 227,75% sebanyak 26,2 ton dibandingkan tahun 2021 yang hanya mencapai 8 ton. Angka tersebut setara dengan Rp4,21 miliar. Negara yang mengimpor pakaian bekas tertinggi ke Indonesia adalah negara Jepang, yang totalnya mencapai 12 ton. Masih dilansir dari <https://data.goodstats.id> berdasarkan data dari Badan Pusat

Statistik (BPS), angka impor pakaian bekas semenjak tahun 2018-2020 sempat melonjak hingga ratusan ton. Apalagi pada tahun 2019, volume impor pakaian bekas mencapai 392 ton. Namun, angka tersebut mulai menurun dari tahun ke tahun sampai pada tahun 2021. Volume impor pakaian bekas berhasil menyentuh angka 8 ton, dan kembali melonjak di tahun 2022 sebanyak 26,2 ton.

Selain itu dari hasil survei yang dilansir dari <https://data.goodstats.id> pada tahun 2022 mengenai preferensi gaya fasion anak muda Indonesia yang melibatkan 261 responden, sekitar 49,4% masyarakat Indonesia mengaku pernah membeli pakaian bekas (*Thrifting*). Sementara sebanyak 34,5% belum pernah mencoba membeli pakaian bekas (*Thrifting*) dan sisanya sebanyak 16,1% tidak akan pernah mencoba membeli pakaian bekas (*Thrifting*).

Fenomena pakaian bekas ini menjadi salah satu pemasalahan yang belum dapat terselesaikan, Dilansir dari <https://www.cnnindonesia.com> tren pakaian bekas mengakibatkan timbulnya persaingan yang ketat antara para penjual pakaian baru dan pakaian bekas. Tren ini juga dapat menghambat pertumbuhan usaha di bidang fashion dan pakaian di dalam negeri, khususnya industri skala kecil dan menengah. Ditambah lagi terdapat ancaman bakteri dan jamur pada pakaian bekas yang dapat mengancam kesehatan kulit. Akan tetapi hal ini bertolakbelakang dengan kondisi saat ini, bahwa membeli pakaian bekas (*second import*) juga mendapatkan banyak keuntungan bagi konsumen karena tidak jarang pakaian bekas memiliki kualitas yang baik, harga yang relatif lebih murah, dan berpeluang mendapatkan pakaian yang bermerek.

Keputusan pembelian adalah suatu bagian dari perilaku konsumen. Banyaknya fenomena yang terjadi dimasyarakat adalah faktor penentu seseorang

dalam menentukan keputusan, terlebih keputusan dalam pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Zusrony 2021:35) Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan dibeli atau tidaknya suatu produk. Keputusan yang dilakukan secara sadar oleh konsumen dilatarbelakangi dari kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan kata lain segala sesuatu yang konsumen lakukan untuk mengambil keputusan adalah bentuk implementasi dengan melibatkan pikiran, perasaan, dan tindakan. Konsumen akan merespon apa yang diberikan produsen, seperti harga yang rendah dan kualitas yang ditawarkan lebih baik.

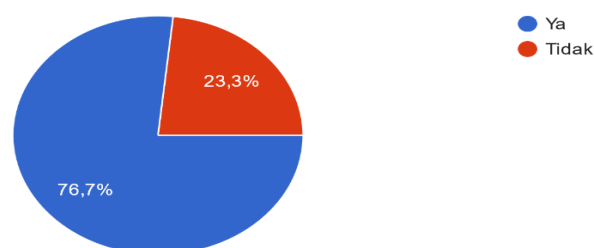
Keputusan untuk membeli pakaian bekas (*thirfting*) dipengaruhi oleh nilai produk yang diberikan. Masyarakat beranggapan kualitas produk pada pakaian bekas (*thirfting*) nilainya lebih berkualitas. Menurut Anang Firmansyah (2019:4) produk dapat diartikan setiap hal yang mampu memuaskan kebutuhan ataupun keinginan konsumen. Kualitas produk yang baik akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Sebaliknya, jika kualitas produk buruk akan membuat konsumen memikirkan kembali untuk membeli produk tersebut. Menurut (Rorong et al, 2021) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu: fungsi suatu produk, wujud luar, dan biaya produk bersangkutan.

Selain kualitas produk, faktor lain yang sangat diperhatikan oleh konsumen setiap akan membeli sebuah produk yaitu harga. Harga yang sangat murah masih menjadi alasan para pemburu pakaian bekas (*thirfting*). Dengan harga yang murah, kualitasnya yang baik dan layak pakai, tentu jika dibandingkan dengan pakaian baru tidak ada bedanya. Jadi dengan harga pakaian baru tersebut, konsumen bisa mendapatkan beberapa pakaian dengan kualitas yang tidak jauh berbeda. Menurut Philip Kotler (dalam Imam Heryanto 2015:84) Harga adalah salah satu unsur

bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga berperan penting sebagai pengambilan keputusan bagi konsumen dan harga juga menjadi sebagai faktor perbandingan bagi konsumen dalam mengambil keputusan. Karena konsumen akan selalu menginginkan barang dengan kualitas bagus dengan harga yang terjangkau. Menurut (Rorong et al, 2021) faktor yang mempengaruhi penetapan harga, yaitu: memperkirakan permintaan produk dan reaksi pesaing.

Maraknya pembelian pakaian bekas (*thrifting*) di tengah masyarakat sudah asing lagi. Pakaian bekas sudah banyak diketahui oleh banyak orang terkhusus dikalangan mahasiswa. Terbukti dari hasil observasi awal yang dilakukan pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi. Mahasiswa mengetahui pakaian bekas (*second impor*) dari media sosial, keluarga, teman. Kebanyakan dari mahasiswa mengetahui pakaian bekas dari media sosial. Tidak heran jika banyak mahasiswa berminat untuk membeli pakaian bekas karena sudah banyak beredar penjualan pakaian bekas melalui media sosial secara online maupun secara offline.

Apakah anda sering melakukan pembelian pakaian bekas (Thrifting)?
60 jawaban



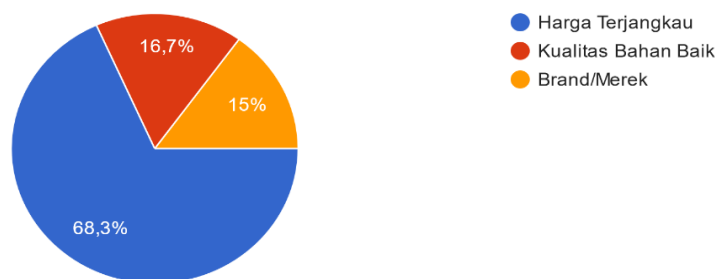
Gambar 1.1 Diagram Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi Yang Melakukan Pembelian Pakaian Bekas

Berdasarkan gambar 1.1 dari hasil obesvasi awal melalui *google form*, dari 60 mahasiwa terdapat 76,7% (46 Mahasiswa) Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-

2021 Universitas Jambi sering melakukan pembelian pakaian bekas (*Thrifting*) dan sisanya 23,3% (14 Mahasiswa) tidak pernah melakukan pembelian pakaian bekas (*Thrifting*). Dapat disimpulkan bahwasannya mahasiswa yang berminat dan memutuskan melakukan pembelian pakaian bekas tergolong sangatlah tinggi.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Dedhy Pradana, Syarifah Hidayah, 2017) yang menjadi indikator keputusan pembelian adalah a) kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, b) memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, c) membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, d) membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain. Keputusan pembelian pakaian bekas yang dilakukan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi bukanlah tanpa alasan.

Apa Yang melatarbelakangi anda untuk membeli pakaian bekas (Thrifting)?
60 jawaban



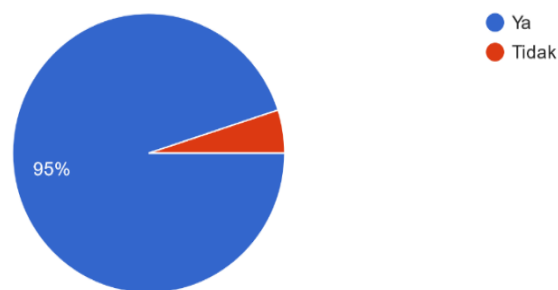
Gambar 1.2 Diagram Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi Untuk Membeli Pakaian Bekas

Dari hasil observasi awal terlihat pada gambar 1.2 diatas bahwa dari 60 mahasiswa, terdapat 16,7% mahasiswa membeli pakaian bekas karena kualitas bahan yang baik. Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mendorong Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi membeli pakaian bekas. Kualitas produk yang baik adalah sebuah nilai tambah bagi mahasiswa dalam menentukan suatu pembelian. pakai. Dalam pembelian mahasiswa biasanya melihat suatu

kualitas produk dari wujud luarnya. Pada umumnya mahasiswa melakukan pembelian produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan memperhatikan kualitas produk tersebut. Kualitas merupakan hal yang paling penting bagi mahasiswa, mahasiswa akan cenderung memilih barang atau jasa sesuai dengan persepsi mereka tentang kualitas produk, karena setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda tentang kualitas suatu produk.

Apakah harga pakaian bekas lebih murah dibanding dengan harga pakaian pada umumnya?

60 jawaban



Gambar 1.3 Diagram Perbandingan Harga Pakaian Bekas Dan Pakaian Umumnya

Pada observasi awal yang telah dilakukan peneliti kepada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi mereka berpendapat bahwa harga pakaian bekas jauh lebih murah dibandingkan harga pakaian pada umumnya yaitu Pakaian baru. Hal tersebut dapat dibuktikan pada gambar 1.3 yang menjelaskan bahwa 95% atau 57 Mahasiswa dari 60 mahasiswa berpendapat bahwa harga pakaian bekas (*Second Import*) lebih murah dari pada pakaian pada umumnya. Itulah sebabnya banyak mahasiswa memutuskan membeli pakaian bekas dari pada membeli pakaian ditoko. Karena pakaian bekas dan pakaian ditoko tidaklah jauh berbeda. Harga pakaian bekas memanglah sangat miring dan

terjangkau bagi mahasiswa, hal ini dapat dijadikan alternatif mahasiswa dalam pemenuhan keinginan namun dengan *budget* yang terbatas.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi yang melakukan pembelian pakaian bekas terbilang sangat tinggi. Dengan harga yang murah dan kualitas yang baik secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian individu dalam membeli pakaian bekas. Mahasiswa sangat mudah tergiur dengan harga murah dan kualitas baik pula khususnya dalam bidang *fashion*. Oleh karena itu diduga harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian tiap individu. Hal ini menjadi sebuah masalah mengenai pembelian pakaian bekas yang masih berlangsung dan semakin menjadi tren serta menjadi sebuah persaingan antar penjual pakaian baru dan penjual pakaian bekas.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (*Thrifting*) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi"**.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang diidentifikasi berdasarkan latar belakang, yaitu:

1. Keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa bukan atas dasar dari kebutuhan namun atas pemenuhan keinginan sesaat.
2. Mahasiswa sangat mudah tergiur produk dengan kualitas dan harga yang lebih murah.

3. Terjadinya persaingan antara usaha produsen UMKM tekstil di bidang fashion dan pakaian di dalam negeri dengan usaha pakaian bekas import, khususnya industri skala kecil dan menengah.

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang diteliti merupakan kualitas dari pakaian bekas yang digunakan sebagai pertimbangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi untuk melakukan suatu pembelian.
2. Harga yang diteliti merupakan harga dari pakaian bekas yang digunakan sebagai pertimbangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi untuk melakukan suatu pembelian.
3. Keputusan pembelian dalam penelitian ini merupakan keputusan pembelian mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi terhadap pakaian bekas berdasarkan kualitas produk dan harga.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thrifting*) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thrifting*) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020-2021 Universitas Jambi.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Teoritis
 - a. Sebagai bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan mengenai teori-teori keputusan pembelian sesuai dengan masalah yang diteliti.
 - b. Sebagai informasi dan bahan refensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Praktis

- a. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengamalan mengenai masalah kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*).
- b. Bagi akademisi, mampu memberikan sebuah pemikiran sebagai referensi dan pembandingan untuk menambah wawasan sekaligus memberikan bukti empiris dari penelitian yang terdahulu tentang kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*).
- c. Bagi mahasiswa, sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam pengambilan keputusan pembelian sebuah produk secara rasional.

1.7. Definisi Operasional

1. Keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) merupakan hasil akhir dari sebuah proses pemikiran dan pertimbangan terhadap pilihan pakaian bekas dan hasil akhirnya menimbulkan minat atau dorongan dibeli atau tidaknya pakaian bekas tersebut. Terdapat 5 indikator dari keputusan pembelian pakaian bekas (*Thriftling*) yaitu: pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian.
2. Kualitas produk merupakan kemampuan dan karakteristik sebuah produk yaitu pakaian bekas (*Thriftling*) yang dari kemampuan tersebut nantinya akan menghasilkan kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen. Terdapat 5 indikator dari kualitas produk yaitu: kinerja (*performance*), kehandalan (*reliability*), keistimewaan (*features*), kemampuan pelayanan (*servicebility*), dan daya tahan (*durabilty*).

3. Harga merupakan segala bentuk biaya pengorbanan yang dikorbankan oleh pembeli untuk untuk mendapatkan barang atau jasa. Terdapat 4 indikator dari harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.