

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dengan kemajuan era digital sekarang ini, teknologi informasi, terutama internet, sudah berkembang pesat di Indonesia. Perkembangan ini berdampak pada stabilitas ekonomi dan membuat persaingan yang makin ketat dalam dunia bisnis. Internet tidak hanya berperan sebagai sumber informasi, namun juga sebagai alat untuk melakukan transaksi, menciptakan marketplace baru, serta membangun jaringan bisnis yang luas tanpa batasan waktu dan tempat. Salah satu dampak yang paling terasa di masyarakat saat ini adalah kemudahan dalam berbelanja online (Zed et al., 2023). Pertumbuhan bisnis belanja online juga didorong oleh meningkatnya produktivitas dari industri yang menawarkan beberapa produk untuk dipasarkan melewati internet. Hal ini membuat banyak usaha jual beli online bermunculan dikarenakan mudah dilaksanakan, tidak membutuhkan modal besar, dan tidak memerlukan sistem manajemen yang kompleks. Saat ini, cukup dengan akses internet dan foto produk, para penjual dapat menjualkan barang mereka di situs jual beli atau media sosial seperti Instagram, dan usaha ini sudah dapat berjalan dengan baik (Melisa et al., 2022).

Bisnis belanja online maju pesat tanpa batasan tempat dan waktu. Jual beli melalui internet sebagai website dan penghubung sebagai katalog pemasaran menjadi lebih efisien dan praktis, dikarenakan tidak memerlukan pertemuan langsung antara pembeli dan penjual (Melisa et al., 2022). Di Indonesia, khususnya di Kota Jambi, banyak orang yang telah mengadopsi sistem belanja online ini. Melihat tren *thrifting* yang sedang populer, banyak penjual pakaian bekas yang memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, untuk berjualan dan mempromosikan produk mereka. Salah satu bentuk jual beli yang makin populer di rakyat sekarang ini ialah praktik *thrifting*, yaitu kegiatan membeli dan menjual barang bekas yang masih dapat digunakan. *Thrifting* tidak hanya menyediakan produk dengan harga yang lebih murah, namun juga dianggap sebagai solusi yang

ramah lingkungan untuk mengurangi limbah konsumsi, terutama limbah tekstil. Fenomena ini muncul sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keberlanjutan dan pola konsumsi yang lebih bijak (Komang et al., 2024). Selain lebih terjangkau dan ramah lingkungan, tren thrifting semakin diminati karena gaya fashion yang cenderung berulang seiring waktu. Popularitas thrifting di kalangan generasi muda saat ini juga didorong oleh kesadaran mereka terhadap gaya pribadi. Dengan banyaknya pilihan model pakaian thrift, mereka dapat menemukan pakaian yang tidak hanya nyaman dipakai, namun juga memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri dengan cara yang unik (Dean Amry et al., 2024).

Di sisi lain, meskipun bisnis thrifting sering dianggap ilegal karena melibatkan impor pakaian bekas yang melanggar peraturan, penelitian ini tetap relevan. Terdapat sejumlah alasan mengapa penelitian ini penting untuk dilaksanakan, terutama yang berkaitan dengan gaya hidup. Menurut (Mahanani & Alam, 2022) , Gaya hidup dapat dipahami sebagai cara seseorang menjalani hidupnya, yang berkaitan dengan bagaimana mereka mengalokasikan waktu untuk melakukan kegiatan tertentu, hal-hal yang dianggap penting, serta pandangan mereka tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar. Thrifting telah menjadi bagian penting dari budaya generasi muda yang mencari keunikan, harga yang terjangkau, dan identitas diri. Dalam (Ghazali, 2019) , para pakar Amerika mengelompokkan generasi Z adalah yang lahir pada 1996-2010. Mereka tumbuh di era yang sudah dipenuhi oleh teknologi canggih, terutama internet yang telah menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Karena itu, generasi ini juga sering disebut sebagai Generasi NET. Generasi Z sangat akrab dengan teknologi, memiliki kemampuan yang baik dalam mengakses berbagai informasi, dan hampir tidak bisa lepas dari smartphone serta koneksi internet. Mereka dapat memperoleh berbagai informasi dengan cepat melalui perangkat digital yang mereka gunakan sehari-hari , generasi Z tidak cukup hanya dicirikan berdasarkan tahun lahir, melainkan juga sosio-historis yang dihadapinya. Salah satu ciri yang sangat kuat dari Generasi Z adalah akses dan ketergantungan terhadap teknologi, gadget dan pelacakan informasi secara acak. Mereka bukan generasi yang secara tekun membaca suatu narasi melalui

buku-buku cetak. Sebaliknya, mereka lebih enjoy terhadap informasi yang bertebaran di dunia internet maupun social media online, terutama yang berbentuk visual dan gambar (Kristyowati, 2021). Melihat hal yang cukup relevan ini, generasi muda semakin memilih barang thrifting sebagai cara untuk mengekspresikan diri mereka, sekaligus sebagai simbol gaya hidup yang hemat dan unik, meskipun ada isu terkait legalitasnya. Hal ini mendorong minat konsumen dalam membuat keputusan pembelian online untuk barang-barang thrifting.

Terkait dengan kesadaran lingkungan, hal ini dapat dipahami sebagai suatu konsep yang memiliki banyak dimensi, yang memengaruhi pengetahuan, sikap, perilaku, niat, dan tindakan seseorang dalam menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan. (Mishal et al., 2017). Kesadaran lingkungan berpengaruh pada keputusan pembelian online barang thrifting, dengan beberapa faktor yang mendorong minat konsumen. Banyak konsumen memilih thrifting sebagai cara untuk mendukung keberlanjutan, di mana kesadaran akan lingkungan semakin mendorong masyarakat untuk memilih barang bekas sebagai langkah untuk mengurangi limbah tekstil dan dampak negatif dari industri mode cepat (*fast fashion*), yang merupakan salah satu masalah lingkungan global. Studi ini penting tidak hanya untuk mengidentifikasi faktor-faktor sosial dan psikologis yang mendasari fenomena ini, tetapi juga untuk memberikan dasar bagi pemerintah atau pelaku usaha dalam menciptakan solusi yang legal dan tetap memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti mendorong thrifting lokal atau daur ulang pakaian.

Praktik membeli pakaian bekas secara alami mendukung konsep daur ulang dan pengurangan limbah. Dengan membeli barang bekas, konsumen berkontribusi secara aktif dalam mengurangi produksi barang baru yang dapat meningkatkan limbah dan pemanfaatan sumber daya alam yang berlebihan. Oleh karena itu, penjualan barang thrift dapat dianggap sebagai langkah positif untuk mendukung keberlanjutan lingkungan di Indonesia. Secara keseluruhan, penjualan barang thrift di Indonesia memberikan manfaat positif dalam berbagai aspek, mulai dari ekonomi hingga lingkungan dan sosial. Namun, penting untuk memperhatikan regulasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat agar dampak positif ini tetap terjaga, serta

memastikan bahwa praktik *thrifting* tetap berkelanjutan dan memberikan keuntungan bagi semua pihak (M Susilo Agung et al., 2024).

Dalam dunia pemasaran, isu lingkungan bukan hanya tanggung jawab pemasar, tetapi juga merupakan tanggung jawab semua konsumen. Bagi pemasar, perhatian terhadap masalah lingkungan bisa jadi faktor pembeda yang membuat mereka unggul dibandingkan pesaing dan dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. (Junaedi, 2005). Akibat fenomena tren *thrifting* yang menyebar di seluruh dunia terkhususnya di Indonesia yang kemudian menyebar pula di Kota Jambi, tidak sedikit masyarakat jambi terkhususnya generasi Z juga menyukai barang-barang *thrift*. Berkembangnya tren barang *Thrifting* ini di ditandai dengan banyaknya berdiri lapak atau toko baju bekas , Berikut merupakan beberapa toko *thrifting* online yang beberapa sudah ada toko offlinenya sendiri di kota Jambi diantaranya :

Tabel 1. 1 Toko *thrift* di Kota Jambi

No	Toko Thrift	Pemilik	Alamat	Omset/Bulan
1.	Thrift.audy	Tiara Alvionyta	Jl Jambi - Muara Bulian No.KM. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Jambi	10 juta/bulan
2.	Feminime.stuff	Utama dewi	Jl Bhayangkara 36146 Jambi Jambi	8-9 juta /bulan
3.	Woohoochic	Amanda	lorong pattimura, kenali besar, Jambi	12 juta/bulan
4.	Caesa.store	Revkaramadona	Jl. Slamet Riyadi (Broni),Jambi, 36122.	15 juta/bulan
5.	Totaku._	Regeta Amanda	Jl.Adityawarman Rt.14 No.30 Kel.Thehok Kec.Jambi Selatan	4 juta/bulan

Sumber : Survei data primer diolah , 2024

Selanjutnya berikut kisaran harga jual pada outlet-outlet pakaian bekas diatas yang memiliki beberapa jenis pakaian yang dijual.

*Tabel 1. 2 Daftar harga pakaian bekas*

<b>Jenis Pakaian</b>	<b>Kisaran Harga</b>
Kemeja	Rp 35.000-50.000
Kaos	Rp 25.000-40.000
Blouse Wanita	Rp 35.000-50.000
Celana Panjang / Jeans	Rp 50.000-100.000
Rok Wanita	Rp 35.000-50.000
Hodie/Jaket	Rp 50.000-100.000

*Sumber : Survei data primer diolah , 2024*

Tidak bisa dipungkiri bahwa kesadaran lingkungan dan gaya hidup menjadi acuan bagi konsumen, maka barang *thrifting* menjadi alternative yang tepat, tetapi masalahnya membeli barang *thifting* membutuhkan dukungan pengetahuan yang cukup untuk mengetahui kualitas, merek, dan model yang tepat sesuai dengan tampilannya. Berdasarkan uraian permasalahan, Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk melakukan studi penelitian tentang **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Online Barang *Thrifting* di Kota Jambi.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Menurut penjabaran latar belakang masalah di atas mampu diambil rumusan masalah dibawah ini :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian online barang *thrifting* di Kota Jambi ?
2. Apakah kesadaran berpengaruh terhadap dalam keputusan pembelian online barang *thrifting* di Kota Jambi ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari studi ini ialah dibawah ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup kepada keputusan pembelian online barang *thrifting* di Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan kepada keputusan pembelian online barang *thrifting* di Kota Jambi .

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Studi ini diharapkan bisa memberi manfaat atau keuntungan bagi beberapa pihak , sebagai berikut:

#### **1. Bagi Akademis**

Penelitian yang menganalisis online store khusus *thrifting* pakaian bekas memiliki manfaat akademik yang signifikan, Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang pemahaman terkait gaya hidup dan kesadaran lingkungan , sekaligus memberikan wawasan empiris tentang preferensi pembeli dalam memilih produk yang ramah lingkungan. Selain itu, analisis ini juga dapat berkontribusi pada studi sosiologi konsumsi, dengan mengidentifikasi perubahan pola konsumsi di kalangan masyarakat dalam konteks keberlanjutan dan ekonomi sirkular. Penelitian ini juga memiliki potensi untuk menginformasikan kebijakan publik terkait pengelolaan limbah tekstil dan mendukung pengembangan kebijakan yang lebih ramah lingkungan.

#### **2. Secara Praktis**

- Mengupayakan pemahaman pasar yang lebih baik.
- Menambah wacana terkait penelitian tentang manajemen pemasaran.
- Memecahkan permasalahan pemasaran *thrifting*.