

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Bergaya sudah menjadi ciri khas masyarakat modern di Era 21 dalam menunjukkan eksistensi bagian dari masyarakat masa kini. Terlebih lagi pada bidang *fashion* yang telah menjadi bagian tak terlepaskan dari penampilan sehari-hari. Sama halnya dengan anak muda yang begitu mudah tertarik dengan hal-hal baru terutama sesuatu yang sedang banyak diminati dilingkungannya, mereka memiliki kecenderungan untuk mengikuti perkembangan zaman (Nugroho, 2018). *Fashion* menawarkan berbagai produk dengan model terbaru yang sangat diminati oleh kalangan anak muda. Kemajuan di bidang *fashion* yang begitu pesat berdampak pada gaya berpakaian sehingga membawa tren pada suatu masyarakat yang terus menjadi perbincangan karena berhasil menarik banyak orang untuk ikut serta dengan mengikuti perubahan-perubahan yang berlangsung akibat arus globalisasi.

Perkembangan *fashion* didukung oleh keberadaan teknologi yang semakin canggih. Berbagai sumber berita dan informasi begitu mudah diakses oleh setiap orang (Andriani & Menuk Sri, 2021). Sama halnya dengan informasi mengenai *fashion* yang tersedia diberbagai media massa seperti TV, radio, majalah, film dan

tidak terkecuali media sosial. Informasi ini yang menjadikan bidang *fashion* terus mengalami perkembangan. Perkembangan pasar *fashion* yang sangat meluas turut membawa *brand-brand* dari luar masuk ke Indonesia. Didukung oleh teori determinisme teknologi yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi memberikan dampak yang besar bagi masyarakat. Teori ini menekankan bahwa masyarakat dapat mengalami perubahan dan perkembangan, karena perkembangan suatu Negara dapat dilihat dari kemajuan teknologinya (Indraddin & Irwan, 2016).

Para anak muda saat ini lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan sandangnya sendiri disamping itu mereka memiliki tujuan untuk mengoleksi barang-barang *fashion* yang telah menjadi hobi baru bagi anak muda khususnya pada kalangan mahasiswa, dimana pakaian menjadi salah satu kebutuhan yang semakin meningkat ketika mulai memasuki perkuliahan selain itu sebagai penanda eksistensi diri di kampus (Hayati & Susilawati, 2021).

Pada saat berbelanja suatu barang, seseorang tentu memerlukan informasi agar dapat membantu kegiatan membelanjanya. Informasi ini sangat penting dan dibutuhkan untuk mencari tahu ragam jenis produk, harga, serta kualitas produk. Hal tersebut sejalan dengan teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber bahwa seseorang dalam bertindak tentu memiliki tujuan yang ingin diperolehnya (Indraddin & Irwan, 2016). Dengan informasi tersebut sebelum melakukan proses pembelian seseorang telah mengetahui informasi mengenai produk yang ingin dibelinya.

Kemajuan dibidang *fashion* memiliki peran dalam terbentuknya *thrift shopping* sebagai alternatif bagi para anak muda untuk menunjang kebutuhan *fashion* (Punia, 2020). Jauh sebelum menjadi tren, jual beli pakaian bekas di Pasar Senen sudah berlangsung sejak lama yakni pada Era Ali Sadikin tahun 1964-1966 (J, Rizal., 2012: 25). Berkaitan dengan *zero wasted* Indonesia yang dikenal sebagai gerakan tidak membeli barang baru sebagai cara dalam mengurangi sampah *fashion* dan limbah tekstil melalui gerakan ini banyak orang yang ikut meramaikan untuk menerapkannya (Lestari & Asmarani, 2021). Dalam pemenuhan kebutuhan *fashionnya* para anak muda dizaman sekarang tidak segan untuk mengenakan barang-barang bekas (Hayati & Susilawati, 2021).

Sebagian dari remaja berpikir untuk berbelanja di *thrift shop* (Pasar Loak), agar dapat berpenampilan dengan mengenakan pakaian bermerek namun dengan harga yang murah, dimana remaja tersebut dapat membeli barang-barang bekas bermerek dengan harga yang begitu terjangkau (Punia, 2020). Melalui *thrift shopping* mereka dapat bernampilan sesuai dengan keinginannya. *Thrift shopping* menarik perhatian mahasiswa yang menjadi incaran utama didalam pasar (Hayati & Susilawati, 2021). *Thrift shopping* menawarkan berbagai model pakaian yang sesuai dengan gaya anak muda dizaman sekarang. Sebenarnya *thrift shopping* sendiri tidak hanya dikenal oleh anak muda saja melainkan semua kalangan pun ikut serta dalam mengikuti tren *thrift shopping* ini (Tanuwijaya & Trisno, 2020).

*Thrift shopping* telah menjadi tren yang melahirkan gaya hidup baru dimana begitu melekat pada kalangan anak muda karena barang yang ditawarkan memiliki nama *brand* sehingga dapat membangun identitas diri bagi anak muda (Hayati & Susilawati, 2021). Gaya hidup menunjukkan bagaimana manusia hidup dengan menghabiskan waktu melalui berbagai aktivitasnya yang dianggap penting serta sehingga mendorong untuk mengaktualisasikan nilai-nilai yang dianutnya dalam pemenuhan kebutuhan (Konsumen et al., 2016).

Gaya hidup dapat memberikan dampak negatif kepada seseorang, jika seseorang tidak dapat membedakan yang mana kebutuhan primer dan yang mana kebutuhan sekundernya (Wahyu, 2018). Gaya hidup dalam mode berpakaian sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial pada masyarakat modern. Gaya hidup masyarakat dikenal dengan dunia modern yang mendeskripsikan kegiatan masyarakat dalam kehidupan sebagai identitas suatu kelompok (Indraddin & Irwan, 2016). Peminat *thrift shopping* berasal dari berbagai tingkat ekonomi, mulai dari tingkat ekonomi menengah ke bawah sampai pada tingkat ekonomi menengah ke atas. Ingvar Kampard merupakan salah satu orang terkaya di dunia dengan kekayaan US\$ 71,8 juta diungkapkan oleh Bussines Insider United Kingdom saat mengambil film dokumenternya yang diputar seden's TV 4 ia menggunakan pakaian bekas untuk berhemat dan membentuk contoh yang baik (Hayati & Susilawati, 2021).

*Thrift shopping* menjadi wadah yang mendukung para konsumen untuk berbelanja dengan harga yang ramah dikantong akan tetapi barang-barang yang ditawarkan sangat bervariasi dan dianggap unik, tidak hanya itu bahkan model-model dari setiap barang *thrift* berbeda ragam jenisnya bahkan terdapat barang *limited edition*. Besar kaitannya dengan gaya hidup saat ini yang begitu modis, *prestige* dijadikan sebagai tujuan oleh anak milenial dimana telah menjadi tren yang semakin digemari (Punia, 2020). Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa harga terjangkau merupakan salah satu alasan yang mendasari motivasi berbelanja barang *thrift* sehingga tempat-tempat seperti toko dan pasar yang mendagangkan barang-barang *thrift* terus bertambah (Mulyan & Muzakkir, 2021).

Tren *thrift shopping* terus berlangsung hingga sekarang, dapat dilihat pusat perbelanjaan barang-barang *thrift* yang mengalami peningkatan diberbagai kota di Indonesia seperti Surabaya, Bandung, Denpasar dan tentunya Jakarta sebagai kota yang begitu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Di Jakarta sendiri ada beberapa pusat perbelanjaan yang menjual pakaian bekas diantaranya berada di Pasar Senen, Pasar Baru, Pasar Kebayoran Lama, Blok M Square dan masih banyak yang lainnya. Salah satu pusat perbelanjaan barang *thrift* yang terkenal di Jakarta saat ini terdapat di Pasar Senen (Choandi, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Rifky Ghilmansyah, Siti Nursanti dan Wahyu Utamidewi pada tahun 2021 dengan judul “*Fenomena Thrifting Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor*” menunjukkan adanya gaya hidup

kalangan milenial untuk mengikuti tren mode *fashion* dengan motif pembelian yang dipengaruhi oleh lingkungan teman, keluarga, hobi dan ekonomi. Hal tersebut memiliki kesamaan dengan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini. Melalui hasil pra-penelitian di Pasar Senen, Jalan Kamat Bunder 1 terdapat salah satu pedagang *thrift shopping* mengatakan bahwa pembeli yang datang ke tokonya kebanyakan adalah anak muda yang memang senang terhadap pakaian-pakaian *thrift* karena terdorong oleh berbagai faktor. Dalam penelitian ini akan diuraikan seperti apa tren *thrift shopping* di Pasar Senen dan bagaimana tren *thrift shopping* dapat menjadi gaya hidup mahasiswa.

Didukung berdasarkan hasil miniriset yang telah dilakukan oleh peneliti melalui *googleform* dengan jumlah responden 50 mahasiswa umum, sebanyak 43 mahasiswa pernah melakukan *thrift shopping* di Pasar Senen dan sebanyak 39 mahasiswa telah belanja di Pasar Senen sebanyak lebih dari 5 kali. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Tren *Thrift Shopping* (Belanja Barang Bekas) Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Pengunjung Pasar Senen Jalan Kramat Bunder 1, Jakarta Pusat)”.

## **B. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti perlu memberikan batasan ruang lingkup agar berfokus pada permasalahan yang akan dilakukan yaitu pada tren *thrift shopping* sebagai gaya hidup pada mahasiswa pengunjung Pasar Senen, Jalan Kramat Bunder 1, Jakarta Pusat.

### C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana keberadaan tren *thrift shopping* di Pasar Senen, Jalan Kramat Bunder 1, Jakarta Pusat ?
2. Mengapa tren *thrift shopping* menjadi gaya hidup pada mahasiswa pengunjung Pasar Senen, Jalan Kramat Bunder 1, Jakarta Pusat ?

### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka terdapat manfaat dari penelitian ini yang terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi berupa konsep-konsep yang dapat berkontribusi dalam pemecahan masalah secara ilmiah serta dapat memberikan wawasan keilmuan bagi para pembaca. Selain itu penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian yang serupa terkait tren *thrift shopping* sebagai gaya hidup mahasiswa.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pembaca khususnya anak muda dan mahasiswa dalam melakukan *thrift shopping* agar memperhatikan dampak-dampak yang akan terjadi sehingga tidak membentuk gaya hidup pada seseorang karena adanya tren *thrift shopping*.

