

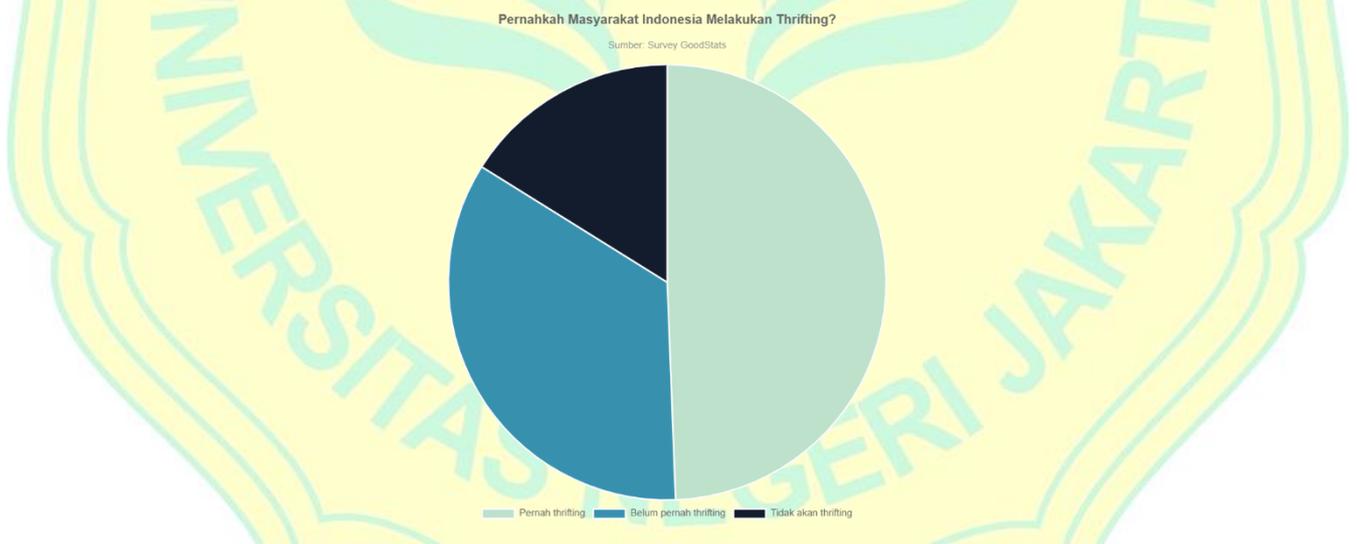
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat cepat dan pesat menjadi salah satu peran yang mewakili industri fesyen dalam memunculkan suatu tren pakaian baru yang menerapkan sistem ramah lingkungan, yaitu gaya fesyen berkelanjutan (Ray & Nayak, 2023). Gaya fesyen berkelanjutan dapat diterapkan dengan cara menggunakan produk dalam jangka panjang, memperbaiki pakaian lama, tidak cepat menggantinya dengan pakaian baru, dan menggunakan barang bekas atau yang disebut juga dengan “*thrifting*”. (Wangi Eka Budi et al., 2022).

Berkembangnya fesyen *thrift* melalui internet juga meningkat di Indonesia terutama pada anak muda. Berdasarkan survei yang dilakukan *goodstats* mengenai gaya fesyen anak muda Indonesia, sekitar 49,4% mengaku pernah membeli fesyen dari hasil *thrifting*, sebanyak 34,5% belum pernah mencoba *thrifting*, dan sisanya sebanyak 16,1% tidak akan pernah mencoba membeli barang *thrifting*.



Gambar 1.1 Data Konsumen Thrifting Anak Muda Indonesia

Sumber : *data.goodstats.id*, 2023

Meningkatnya jumlah konsumen fesyen *thrift* memunculkan pelaku usaha menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola pakaian bekas impor agar tidak terbuang, yaitu melakukan *rework* pada busana *thrift* yang tidak layak jual (Rizqi et al., 2022).

Berdasarkan laman *dw.com* menurut Davian (seorang pelaku usaha *rework-thrift*), menyebutkan bahwa “satu karya *rework* merupakan gabungan dari dua hingga tiga pakaian berbeda. Uniknya, ketiga pakaian tersebut tetap dapat menghasilkan tiga karya yang berbeda karena adanya sisa kain dari masing-masing pola yang dibuat per pakaian”. Davian juga menjual fesyen *rework-thrift* nya secara *online* di media sosial dan *E-commerce* (Carnadi, Shannyta 2023). Media sosial dan *E-commerce* sangat berpengaruh terhadap industri fesyen *thrift* di Indonesia (Gafara, 2019).

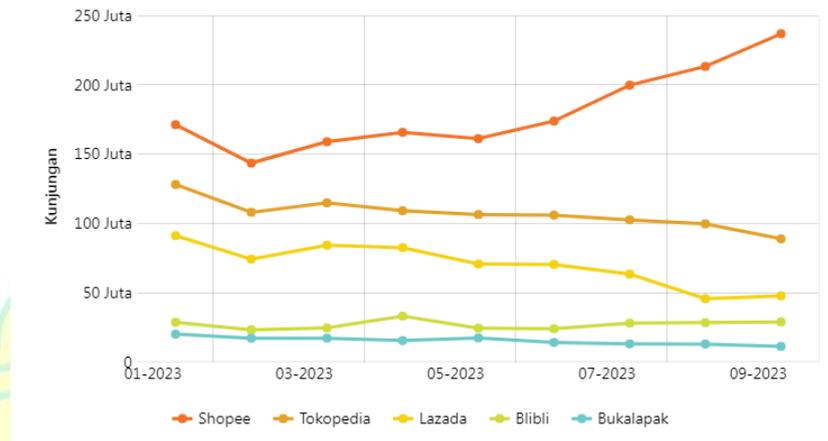
E-Commerce atau *Electronic Commerce* adalah semacam media elektronik yang menggunakan internet untuk berbagai macam aktivitas jual beli atau transaksi (Fatmawati et al., 2024). Belanja *online* fesyen *rework-thrift* merupakan kegiatan transaksi jual beli melalui internet tanpa harus bertatap muka secara langsung dan dapat dilakukan dari mana saja (Sari, Tri Kumala et al., 2020).

Menurut (Anisya, Adila Putri 2023) pada laman *girlsbeyond.com*, terdapat beberapa rekomendasi pelaku usaha *rework-thrift* yang dapat ditemukan di media sosial *Instagram* dan *marketplace shopee* seperti *@temanthrifty*, *@Wanttoeatfuud*, *@make.them.jealous*, *@Cosmodite*. Konsep *rework-thrift* menekankan pada penggunaan sumber daya yang telah ada secara efisien, kreatif, dan inovatif, yaitu mengkombinasikan pakaian bekas dengan kain sisa untuk menciptakan produk dengan tampilan yang baru.

Marketplace Shopee merupakan media belanja online atau *E-commerce* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia untuk melakukan aktivitas belanja online. *Shopee* juga terkenal dengan banyak promo menarik dengan harga murah dan kemudahan transaksi jual beli (Azizah & Aswad, 2022)

Pada September 2023 situs *Shopee* tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun. Pertumbuhan pengunjung *Shopee* itu jauh melampaui para pesaing utamanya, yaitu *Tokopedia*, *Lazada*, *Blibli*, dan *Bukalapak*.

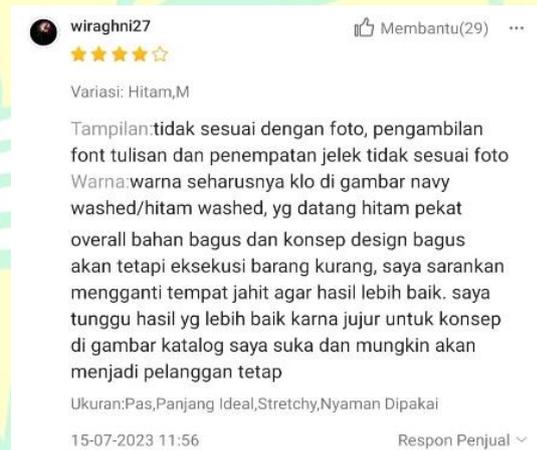
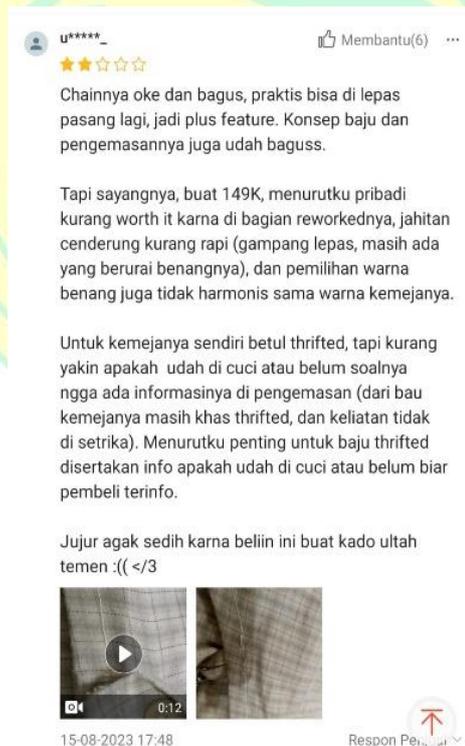
Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Januari-September 2023)*



Gambar 1.2 Data E-Commerce Terbesar Di Indonesia

Sumber : katadata.databoks.id, 2023

Peneliti mendapatkan informasi mengenai keluhan pada ulasan konsumen yang berbelanja busana *rework-thrift* secara *online* di *marketplace shopee* dari beberapa toko seperti *notdeliciousbody*, *wanttoeatfuud*, *sos.griph*, *poiuthrift*, *demirupiah*. Berikut ini beberapa ulasan yang peneliti temukan di *marketplace shopee*.





Gambar 1.3 Keluhan Konsumen Rework-Thrift Di Shopee

Sumber : Screenshoot Peneliti Dari Ulasan Shopee tahun 2021- 2024

Dari gambar ulasan konsumen diatas, yang membeli produk busana *rework-thrift* pada *marketplace shopee* terdapat beberapa keluhan yang peneliti temukan di antaranya yaitu kualitas produk busana *rework-thrift* pada *marketplace shopee* memiliki kekurangan seperti jahitan yang tidak rapi, adanya bercak kotor, produk yang diterima tidak sesuai dengan tampilan foto, harga tidak sesuai dengan kualitas pada produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Napitupulu, 2019) dimana pelanggan bersedia membeli suatu produk dengan harga yang masuk akal dan mendapatkan kualitas produk yang baik. Jika pelaku usaha meningkatkan kualitas produk, melakukan pengecekan produk sebelum dijual dan memiliki ciri khas sendiri, konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian selanjutnya.

Keluhan lain nya yaitu harga terlalu mahal dan tidak sebanding dengan kualitas busana *rework-thrift* yang diterima konsumen seperti *hoodie* yang diterima menggunakan material kain yang tipis. Harga yang lebih tinggi mencerminkan permintaan yang lebih tinggi untuk produk/jasa yang berkualitas tinggi dan

menjadikan penentuan kualitas (Rahayu, 2020). Keluhan lain yang ditemukan yaitu informasi dan tampilan foto produk yang ada pada media sosial pelaku usaha busana *rework-thrift* tidak sesuai dengan kondisi produk yang diterima konsumen walaupun konsumen mudah untuk mendapatkan produk, namun pelaku usaha tidak menanggapi keluhan tersebut yang artinya kurangnya kualitas pelayanan. Hal tersebut berpengaruh kepada kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Promosi melalui media sosial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen jika produk yang di terima sesuai dengan informasi dan tampilan foto di media sosial Instagram (Jesslyn & Winduwati, 2021)

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Muhtadi et al., 2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Online Shop Terhadap Kepuasan Belanja Konsumen” menjelaskan bahwa konsumen merasa puas dengan *online shop* dari faktor kualitas produk, harga, dan pelayanan yang baik terhadap konsumen dipastikan mampu memberikan kepercayaan dan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Nurmayanti 2023) dengan judul penelitian “Kepuasan konsumen dalam pembelian busana anak secara online” menunjukkan hasil kategori sangat tinggi pada indikator kemudahan mendapat produk. Berdasarkan saran penelitian lanjutan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam berbelanja *online* dengan indikator faktor emosional.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Busana *Rework-Thrift* Secara *Online*” yang akan diukur dari faktor kepuasan konsumen dengan indikator kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional. dan faktor kemudahan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Meningkatnya jumlah konsumen fesyen *thrift* (pakaian bekas impor) di Indonesia, namun tidak semua produk dalam kondisi layak jual.
2. Berbagai keluhan ketidakpuasan konsumen dalam berbelanja busana *rework-thrift* secara online di *marketplace* shopee.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Responden dalam penelitian ini yaitu Perempuan dan laki-laki berusia 17-34 tahun (berdasarkan data survei pada laman katadata.co.id usia konsumen yang berbelanja di *marketplace Shopee* merupakan generasi milenial sebanyak 46,2% dan generasi Z sebanyak 23,2%).
2. Pernah membeli busana *rework-thrift* (minimal 2 kali pembelian) secara *online* di *marketplace Shopee*.
3. Busana *rework-thrift* yang dibeli merupakan jenis busana kasual.
4. Indikator kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan faktor kemudahan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam pembelian busana *rework-thrift* secara *online*, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : “Bagaimana Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Busana *Rework-Thrift* Secara *Online* ?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian busana *rework-thrift* secara *online*.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, di harapkan peneliti mendapatkan hasil yang bermanfaat yaitu :

1. Sebagai salah satu pedoman dalam pengetahuan ilmu berwirausaha bagi lulusan program studi Pendidikan Tata Busana mengenai penilaian kepuasan konsumen pada penjualan busana secara *online*.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberi acuan perbaikan dan pengembangan kepada pelaku usaha busana *rework-thrift* yang menjual secara *online*.