

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Di Indonesia, membeli pakaian bekas disebut dengan *thrifting*. termasuk membeli produk bekas yang dianggap lebih murah dan hemat. Tujuan dari konsumen melakukan kegiatan *thrifting* ialah untuk penghematan, karena barang *thrift* cenderung memiliki harga yang jauh lebih rendah dari harga pasar, kualitas barang masih bagus dan layak digunakan, termasuk didalamnya terdapat barang bermerek yang dijual dengan harga relatif murah.

Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan gaya berpakaian semakin meningkat di berbagai kalangan usia, terutama remaja hingga dewasa. Salah satu faktor meningkatnya gaya berpakaian adalah karena adanya sosial media, dunia entertainment, media internet, dunia bisnis, gaya hidup dan perilaku konsumen.

Saat ini penjual pakain bekas sudah banyak ada dimana-mana. Salah satu yang paling terkenal khususnya di kota-kota besar adalah Pasar Cimol Gedebage di Kota Bandung. Pasar Cimol Gedebage merupakan tempat *thrifting* yang cukup besar, Pakaian bekas di Pasar Cimol Gedebage sangat diminati oleh konsumen, baik itu konsumen lokal maupun yang jauh, para konsumen berlomba-lomba memilih pakaian bekas yang masih memiliki kualitas bagus, apalagi harga pakaian yang dijual sama rata.

Pasar cimol Gedebage Bandung merupakan pasar tradisional yang menjual barang bekas di wilayah Bandung, Jawa Barat. Pasar ini sudah ada sejak tahun 1990an. Bagi para pengunjung yang suka belanja atau *thrifting*, pasti sudah tidak asing lagi

dengan pasar ini. Pasar ini memiliki daya tarik tersendiri yang unik. Para pedagang di sini menawarkan begitu banyak barang unik dengan kualitas yang tinggi. Para pedagang di sini banyak yang menjual barang-barang *branded*. Meski berasal dari luar negeri, namun harganya bervariasi dan relatif murah.

Di Pasar Cimol Gedebage Bandung, transaksi jual beli dilakukan melalui sistem Bal-Balan. Dalam proses pemesanan, jenis kategori pakaian dan jumlah bal yang dipesan terlebih dahulu dibaca melalui komunikasi melalui WhatsApp, dan pakaian tersebut disiapkan oleh pengecer dalam bentuk Bal-Balan.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Cimol Gedebage yang terletak di kawasan pasar induk Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat. Tentang analisis perilaku konsumen dalam memilih barang bekas di Pasar Cimol Gedebage. Pada tanggal 21 Maret 2023 Pasar Cimol Gedebage sempat ditutup sementara dan buka kembali pada tanggal 28 Maret 2023, Menurut Ketua Gabungan Pasar Cimol Gedebage, penutupan tersebut atas inisiatif para pedagang karena pemerintah telah melarang perdagangan pakaian bekas impor. Penutupan ini juga disebabkan kurangnya pasokan barang bekas kepada pedagang di pasar Cimol-Gedebage.

Munculnya sosial media turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli pakaian, adanya pengaruh sosial media juga sangat berdampak pada penjualan barang bekas di Pasar Cimol Gedebage yang dirasa mulai menurun, bukan hanya harus bersaing dengan para pedagang di Pasar Cimol Gedebage, akan tetapi mereka juga harus bersaing dengan para pedagang yang berjualan secara online di sosial media.

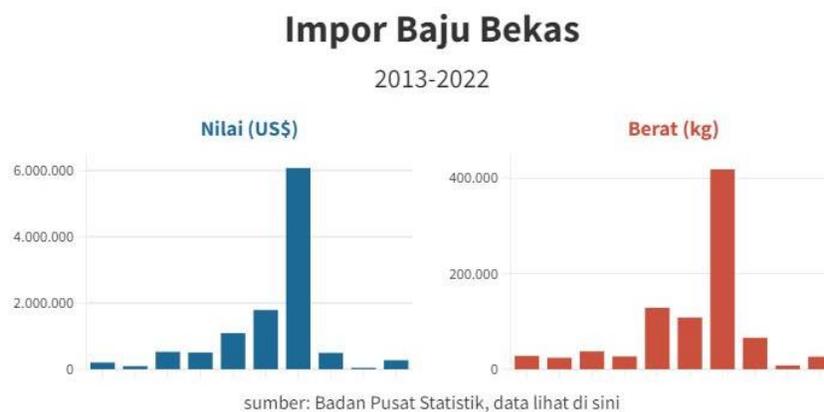
Menurut salah satu pedagang di Pasar Cimol Gedebage, di tahun 2024 ini ada sekitar 1.300 kios di Pasar Cimol Gedebage, dengan beragam barang yang dijual dengan presentase berikut :

TABEL 1.1
JUMLAH KIOS DI PASAR CIMOL GEDEBAGE

No	Nama Barang	Presentase
1.	Pakaian Dewasa	70 %
2	Tas	10 %
3	Sepatu	10 %
4.	Pakaian anak	10 %

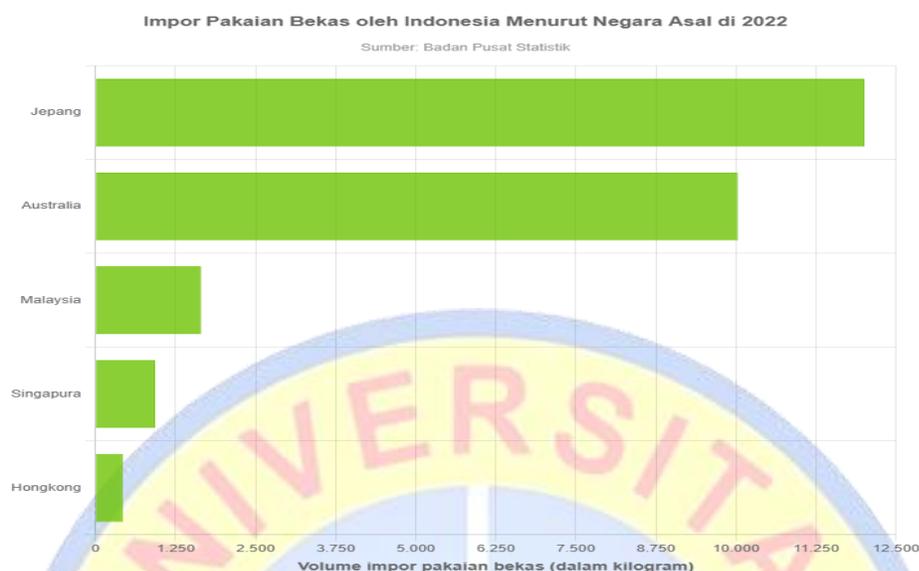
Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2024)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa hampir 70% para pedagang di Pasar Cimol Gedebage menjual pakaian dewasa, mulai dari kemeja, sweeter, celana, kaos, jaket, baju olah raga dan jeans. Sekitar 10% menjual tas mulai dari tas-tas besar sperti koper, tas sekolah dan tas kecil, 10% menjual sepatu mulai dari sepatu olah raga, sepatu formal, heels. Dan sekitar 10% lagi menjual berbagai pakaian anak.



Gambar 1.1 Data Statistik Impor Pakaian Bekas di Indonesia
Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data Laporan Statistik Impor Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2013 hingga 2022, Indonesia mengimpor pakaian bekas (kode HS 63090000) dari luar negeri sebanyak 870,4 ton senilai USD 11,09 juta. Pada periode tersebut, impor baju bekas yang masuk ke Indonesia berasal dari 92 negara. Berdasarkan tren tahunan, impor pakaian bekas meningkat signifikan pada tahun 2017. Saat itu, jumlah pakaian bekas yang diimpor ke Indonesia mencapai 128,5 ton, hampir enam kali lipat dibandingkan tahun 2016. Saat itu, tahun 2019 merupakan tahun puncak impor sandang dengan jumlah 417,7 ton dan nilai impor tahun 2019. Lebih dari 6 juta USD. Terlihat pada visualisasi di atas, impor pakaian bekas mengalami penurunan pada masa pandemi penyakit virus corona (Covid-19) 2020-2021. Namun BPS mencatat impor pakaian bekas kembali meningkat pada tahun lalu.



Gambar 1.1 Impor Pakaian Bekas Oleh Indonesia Menurut Negara Asal
Sumber : Badan Pusat Statistik

Pada gambar di atas, Jepang menjadi negara yang paling banyak mengekspor pakaian bekas ke Indonesia. Pada tahun 2022, Indonesia akan menerima 12 ton, khususnya 12,003 kilogram, senilai lebih dari \$24,000. Artinya, Jepang menyumbang lebih dari 45% dari total impor pakaian bekas Indonesia sebanyak 26,22 ton. Selain itu, Australia menempati urutan kedua dengan mengimpor 10,02 ton atau setara 10.023 kilogram pakaian bekas. Meskipun jumlahnya tidak sebanyak di Jepang, harga pakaian bekas di Australia adalah \$225.000. Negara ketiga dengan nilai impor pakaian bekas ke Indonesia tertinggi adalah negara tetangga Malaysia. Indonesia mengimpor 1,64 ton pakaian bekas dari Malaysia, setara dengan 1.646 kilogram, senilai lebih dari \$1.700. Selain Malaysia, Indonesia juga mengimpor pakaian bekas dari negara tetangga lainnya, Singapura. Singapura menempati peringkat keempat dalam impor pakaian bekas, dengan nilai total 929 kg, senilai lebih dari USD 6.000. Hong Kong melengkapi lima negara

teratas yang menjadi asal impor pakaian bekas dari Indonesia. Pakaian bekas yang diimpor dari Hongkong sebanyak 424 kg.

Penelitian ini akan mempelajari perilaku konsumen dalam memilih barang bekas di Pasar Cimol Gedebage, Hal ini disebabkan masih banyaknya konsumen yang membeli barang bekas.

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN PAKAIAN DI TOKO FINDOUTFIT TAHUN 2023

Jenis Pakaian	Harga	Bulan	Jumlah(PCS)
Sweeter & Crop top	Rp. 35,000 - Rp. 50,000	Januari	233
		Rebruari	120
		Maret	330
		April	80
		Mei	98
		Juni	455
		Juli	130
		Agustus	300
		September	119
		Oktober	235
		November	258
		Desember	471
Jumlah			2829

Sumber: Toko Findoutfit (2023)

Berdasarkan tabel diatas ,terlihat bahwa toko Findoutfit memiliki penjualan yang sangat baik. Findoutfit berfokus pada penjualan sweeter dan croptop karena target Pasar Toko ini merupakan para remaja yang menyukai fashion yang sedang trend di kalangan para remaja saat ini. Di bulan Maret penjualan di toko Findoutfit mengalami peningkatan dengan jumlah 330 pakaian yang terjual, hal ini dikarenakan bertepatan pada bulan Ramadhan. Di bulan April terjadi penurunan penjualan yang sangat signifikan dari bulan sebelumnya, hal ini dikarenakan Toko yang masih tutup paska hari raya Idul Fitri. Pada bulan Juni dan Desember terjadi lonjakan kenaikan penjualan

dikarenakan pada bulan Juni dan Desember merupakan hari libur Sekolah, apalagi pada bulan Desember merupakan bulan menuju awal tahun, sehingga banyak para remaja berbondong-bondong membeli pakaian, mengingat selalu banyak potongan harga di akhir tahun.

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN SEPATU DI TOKO Ali TAHUN 2023

Jenis Sepatu	Harga	Bulan	Jumlah(PCS)
Sport, casual, docmart dan heels.	Rp. 150,000 - Rp. 350,000	Januari	8
		Rebruari	5
		Maret	19
		April	6
		Mei	8
		Juni	14
		Juli	4
		Agustus	3
		September	5
		Oktober	4
		November	6
		Desember	35
Jumlah			117

Sumber: Toko Ali

Dari tabel di atas, penjualan sepatu di Toko Ali terlihat sangat sedikit sekali peminat, dari bulan Januari hingga bulan Desember penjualan hanya meningkat sedikit, tidak seperti pada penjualan pakaian.

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN TAS DI TOKO NUGRAHA TAHUN 2023

Jenis Tas	Harga	Bulan	Jumlah(PCS)
Tas Kecil, koper, tas sekolah	Rp. 100,000 - Rp. 600,000	Januari	2
		Februari	
		Maret	5
		April	7
		Mei	
		Juni	8
		Juli	3
		Agustus	2
		September	2
		Oktober	4
		November	3
		Desember	6
Jumlah			42

Sumber: Toko Nugraha

Dari tabel di atas, penjualan di Toko Nugraha pada tahun 2023 sangat kurang, hal ini terlihat dari data penjualan Toko Nugraha yang menunjukkan tingkat penjualan setiap bulan yang tidak mengalami peningkatan besar. Bahkan, di bulan Februari dan Mei tidak ada barang yang terjual sama sekali. Hal ini disebabkan adanya keterlambatan update barang Toko Nugraha.

Hal ini karena standar dan kondisi berbeda dari orang ke orang, dan perbedaan ini menyebabkan perilaku konsumen yang kompleks. Umumnya perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang ada dalam diri konsumen itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang ada di luar konsumen.

Uraian tersebut menarik untuk dikaji sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH BARANG BEKAS DI PASAR CIMOL GEDEBAGE BANDUNG ”.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam memilih barang bekas di pasar Cimol Gedebage Bandung, hal ini dikaitkan dengan perkembangan inovasi pakaian sudah makin banyak dan beragam, apalagi dengan adanya persaingan penjualan online yang saat ini mendominasi berbagai penjualan produk.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka peneliti memutuskan untuk merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1). Bagaimana perilaku konsumen dalam memilih barang bekas di Pasar Cimol Gedebage Bandung?
- 2). Bagaimana kualitas barang bekas di Pasar Cimol Gedebage Bandung?
- 3). Bagaimana cara para pedagang mempertahankan minat beli konsumen dalam memilih barang bekas di Pasar Cimol Gedebage Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

- 1). Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam memilih barang bekas di Pasar Cimol Gedebage Bandung?
- 2). Untuk mengetahui kualitas barang bekas di Pasar Cimol Gedebage Bandung?
- 3). Untuk mengetahui cara para pedagang mempertahankan minat beli konsumen dalam memilih barang bekas di Pasar Cimol Gedebage Bandung?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis (Akademis)

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang perkembangan ilmu tentang perilaku konsumen dalam memilih barang bekas di pasar Cimol Gedebage.
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perguruan tinggi sebagai bahan referensi bagi mahasiswanya.
3. Bagi peneliti, temuan tersebut dapat memberikan wawasan mengenai bisnis impor dan ekspor barang bekas, serta perilaku konsumen dalam memilih barang bekas.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi perusahaan barang bekas di Pasar Cimol Gedebage, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan produk oleh konsumen di Pasar Cimol Gedebage dan meningkatkan kualitas produk yang dijual.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu konsumen dalam memilih barang bekas yang akan mereka beli.

1.6 Sistematika Penulisan

Sub bab ini menjelaskan tentang sistem penulisan skripsi ini untuk penelitian dengan menggunakan metode kualitatif.:

- A. BAB I PENDAHULUAN Pada bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, lokasi dan waktu penelitian.
- B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA Pada bab ini terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.
- C. BAB III METODE PENELITIAN Pada bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- E. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

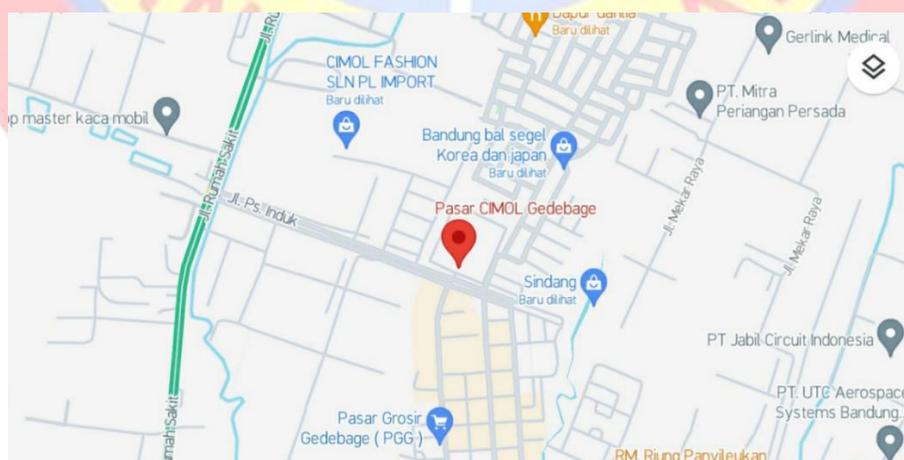
1.7 lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Pasar Cimol Gedebage Jl. Soekarno Hatta, Mekar Mulya, Kec. Panyileukan, kota Bandung, Jawa Barat 40294. Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2023/2024 dengan tugas sebagai berikut:

TABEL 1.7
WAKTU PENELITIAN

No	Jadwal kegiatan	Bulan Pelaksanaan				
		Apr-24	Mei-24	Jun-24	Jul-24	Agst-24
1.	Pengajuan Judul	■				
2.	Acc Judul	■				
3.	Survey Awal		■			
4.	Penyelesaian dan Bimbingan Bab I s/d Bab III		■	■	■	
5.	Sidang Proposal				■	
6.	Pengumpulan Data				■	■
7.	Analisis Data				■	■
8.	Penyelesaian dan bimbingan Bab IV dan Bab V					■
9.	Sidang Skripsi					■

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)



Gambar 1.7 Lokasi Pasar Cimol Gedebage

Sumber : Google Maps (2024)