

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Barang bekas telah menjadi permasalahan perekonomian setiap negara di dunia. Di negara Indonesia dirugikan mencapai hingga triliunan karena banyaknya barang bekas dari negara lain yang masuk ke dalam negeri. Pakaian ilegal ekspor - impor itu disinyalir mampu merusak industri sandang Tanah Air. Pakaian impor ilegal terdiri dari dua jenis, diantaranya adalah barang impor ilegal yang baru dan yang kedua barang impor ilegal yang bekas. Konsumsi pakaian Indonesia di 2014 saja mencapai Rp 154,3 triliun. Dari angka tersebut, impor pakaian resmi melalui izin impor Kementerian Perdagangan nilainya mencapai Rp 48,02 triliun. Sedangkan pakaian impor, yang dipasok industri dalam negeri sebesar Rp93,35 triliun. Sedangkan selisih Rp10,9 triliun, diduga angka penjualan pakaian impor ilegal yang bekas terbilang sekitar Rp. 8 – Rp. 11 Triliun. Sementara dilihat dari segi hukum, ternyata undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, hanya memperbolehkan impor barang dalam keadaan baru dan bukan bekas. Penjual barang bekas mendapatkan keuntungan yang sangat besar, dalam sehari saja penjual bisa mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 2 – 3 juta.

Pada saat tahun 2014 penjual pakaian bekas pun sangat banyak, terdapat di kota – kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Malang dan kota – kota lainnya. Pemerintah seharusnya lebih selektif dalam menerima impor pakaian dari negara lain. Dengan demikian industri garmen dalam negeri dapat menerima kesempatan

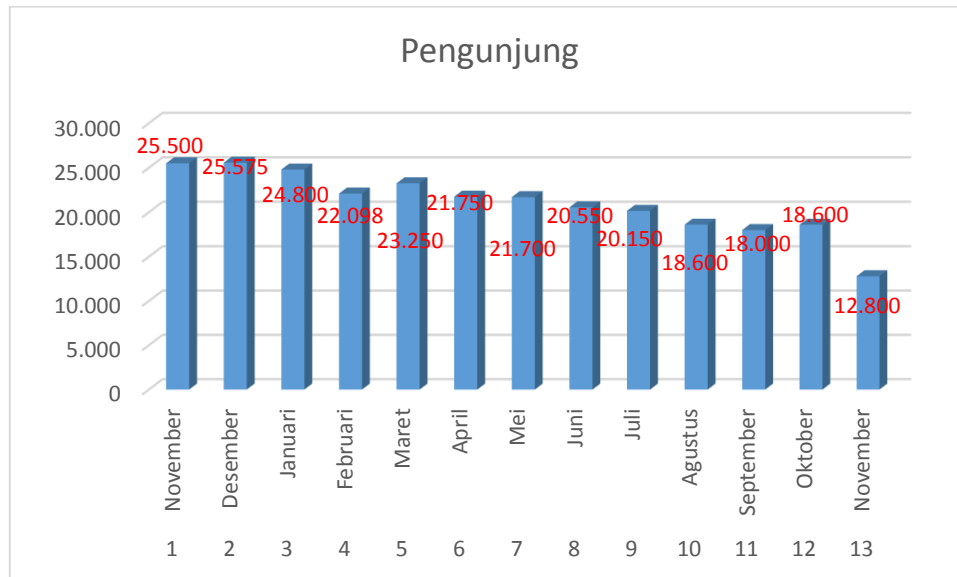
besar untuk mengembangkan usahanya. Namun tidak dapat dipungkiri, hal ini sangat sulit untuk di selesaikan dengan baik oleh pemerintah Indonesia karena bukan saja salah dari pihak penjualnya tetapi konsumen pun tidak kurun salah sebab begitu besarnya minat konsumen terhadap pakaian impor dari luar negeri sangatlah ditunggu – tunggu dan diincar. Banyaknya konsumen yang beresiko dari produk barang bekas tersebut yang tidak aman dan tidak higienis. Akan tetapi konsumen seakan tidak menghiraukan dari segi kesehatan dari pakaian bekas tersebut, terbukti minat beli terhadap pakaian bekas ini sangatlah banyak, tidak hanya konsumen kelas bawah saja akan tetapi konsumen kelas menengah dan kelas atapun mempunyai minat beli terhadap pakaian bekas tersebut. Rata – rata konsumen yang membeli pakaian bekas tersebut dikarenakan ingin terlihat *stylish* dengan budget yang seminimalis mungkin, karena biasanya di toko - toko tersebut selalu menyediakan pakaian - pakaian bekas yang mempunyai brand – brand yang sangat bagus dan terbilang mahal sehingga konsumen dapat bergaya dengan brand – brand dengan membeli pakaian dengan harga yang sangat murah dibanding dari toko di mall yang sangat mahal. Di pasar Gedebage ini tidak hanya pakaian saja yang dijual tetapi ada tas, sepatu dan topi. Barang – barang tersebut bukanlah barang – barang biasa tetapi barang yang mempunyai brand – brand ternama.

Pada zaman sekarang remaja cenderung ingin tampil menarik dan berbeda dari yang lain. Biasanya remaja juga tidak segan – segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti *trend* yang sedang ramai dipasaran, jika mereka tidak mengikuti maka cenderung mereka dianggap ketinggalan zaman. Para remaja biasanya membeli barang yang diinginkan bukan yang dibutuhkan. Oleh karena itu

mereka terkadang menurunkan gengsinya untuk membeli produk bekas agar mereka dianggap orang yang *uptodate* oleh kerabatnya atau teman sebayanya.

Akan tetapi pada tahun 2015 ini masyarakat mulai pintar untuk membeli barang dan lebih selektif, terbukti penjualan pakaian bekas pada tahun ini menurun dari tahun sebelumnya, disebabkan karena banyaknya pakaian baru dengan harga yang murah dan adanya situs online barang bekas yang mempunyai kualitas yang lebih baik dari pakaian bekas di Pasar Gedebage (Cimol) yang sekarang lebih dikenal dan mudah di dapatkan, tidak usah datang ke tempat hanya cukup melihat di situs online dan membayarnya melalui transfer. Selain itu sekarang pemerintah mulai ketat dalam menerima barang dari luar, bea cukai pun mulai ketat dalam mengawasi dan menjaga pelabuhan – pelabuhan pusat maupun pelabuhan kecil di perbatasan Indonesia. Bea cukai juga bekerja sama dengan Kementerian Perindustrian serta BKPM demi memberantas masuknya produk ilegal buat mendorong industri nasional. Dengan demikian sekarang penjual pakaian bekas kesulitan untuk mendapatkan stok pakaian tersebut. Pengunjung pasar Gedebage ini pun dari tahun sebelumnya mempunyai konsumen yang sangat banyak akan tetapi pada tahun ini banyaknya rumor yang memberitakan di televisi oleh pemerintah pakaian bekas sangat tidak higienis dan bisnis pakaian bekas impor ilegal ini akan dihentikan dengan demikian pembeli pun banyak berkurang untuk membeli pakaian bekas tersebut karena sebagian dibenak masyarakat kebanyakan mengira bahwa pakaian bekas (cimol) ini sudah tidak ada lagi yang menjual pakaian bekas tersebut. Bisa dilihat dari data pengunjung Pasar Gedebage (Cimol) dari data berikut ini :

Tabel 1.1
Data Pengunjung Pada Tahun 2014 – 2015
Di Pasar Gedebage



Sumber : Pasar Gedebage (November 2015)

Dari tabel 1.1 tersebut diketahui bahwa terdapat penurunan dan kenaikan pengunjung di Pasar Gedebage berdasarkan data bulan november pada tahun 2014 sampai data bulan november tahun 2015. Pada bulan februari pengunjung Pasar Gedebage mengalami penurunan dibandingkan bulan sebelumnya yaitu 22.098 pengunjung saja. Tetapi pada bulan maret mengalami kenaikan sebesar 4,95% dengan pengunjung sebanyak 23.520 orang dari bulan sebelumnya yaitu bulan Februari sebanyak 22.098. Pada bulan selanjutnya kembali mengalami penurunan akan tetapi yang sangat terasa mengalami penurunan pada bulan Agustus sebanyak 18.600 pengunjung dari bulan sebelumnya 20.150 pengunjung yaitu bulan Juli.

Dari penurunan tersebut tentu saja pedagang mengeluh karena tidak mendapatkan keuntungan yang besar dari sbelumnya diakibatkan pengunjung yang

berkurang. Akan tetapi ada dampak positif dari penurunan tersebut yaitu setidaknya berkurangnya sedikit kerugian negara yang disebabkan dari penjualan pakaian bekas tersebut. Pakaian bekas yang didapatkan pedagang yaitu kebanyakan dari luar negeri seperti Amerika, Italia dan Jepang. Biasanya pedagang mendapatkan pakaian bekas setiap satu minggu sekali dan pedagang membelinya dari satu karung dengan seharga Rp. 200.000,- yang berisi 150 potong pakaian, jika pedagang ingin memilih – milih barangnya biasanya mereka membelinya dengan harga Rp. 100.000,- per karung. Akan tetapi pada saat ini pedagang pun kesulitan untuk mendapatkan barang sehingga barang yang didapatkan dari penyalurnya sangat langka dampaknya barang yang sekarang didapatkan harga perkarungnya menjadi naik sebesar Rp. 300.000,- per karung.

Pasar Gedebage pada tahun 2014 sangatlah banyak diminati konsumen, tidak hanya orang Bandung nya saja yang sering membeli tetapi banyak juga pengunjung dari kota besar seperti Jakarta sengaja berkunjung untuk memborong pakaian bekas yang tersedia di Pasar Gedebage tersebut. Biasanya Pasar Gedebage ini ramai didatangi oleh pengunjung pada saat weekend dari hari – hari biasanya.

Pasar Gedebage buka setiap hari dari pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 19.00 WIB. Jumlah toko yang ada di Pasar Gedebage sebanyak 1800 toko. Toko - toko disana tidak hanya menjual pakaian bekas, ada juga yang menjual topi bekas, tas bekas, celana jeans bekas, jaket bekas, sepatu bekas dan baru, jas dan kemeja. Berikut ini adalah data hasil wawancara dari beberapa jumlah toko yang berjualan di Pasar Gedebaeg dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Daftar Harga dan Pendapatan Perhari

No.	Nama Pemilik Toko	Barang yang Dijual	Harga	Rata – rata per orang membeli	Pendapatan perhari
1.	Alby 1	Pakaian Wanita (Blus katun, Cardigan, Blezer)	Rp. 20.000	2-3	Rp. 1.500.000
2.	Alby 2	Gaun	Rp. 90.000	1	Rp. 1.000.000
3.	Andri	Pakaian Wanita (Kaos)	Rp. 10.000	3-10	Rp.1.500.000
4.	Kiki 1	Kemeja jeans, jaket jeans	Rp. 80.000	1-2	Rp. 900.000
5.	Kiki 2	Celana jeans bekas dan Baru	Rp. 85.000	1-2	Rp. 800.000
6.	Ferry 1	Kaos lengan pendek dan panjang	Rp. 15.000	2-30	Rp. 2.000.000
7.	Ferry 2	Kemeja panel	Rp. 50.000	1	Rp. 850.000
8.	Rian	Topi	Rp. 5.000 – 100.000	1	Rp. 1.000.000

Sumber : Pasar Gedebage (Jumat, 4 Desember 2015)

Data tabel 1.2 tersebut diketahui bahwa data pembelian pakaian bekas di dominasi oleh pakaian wanita lebih banyak pembelinya dan yang paling sedikit dari data tersebut adalah penjualan celana jeans.

Saat ini pengaruh-pengaruh budaya luar mudah masuk dan ikut mewarnai kehidupan individu. Seseorang dapat memperoleh berbagai informasi tanpa susah payah, misalnya melalui media audio, visual, dan audio-visual. Sadar atau tidak sadar, individu mentransfer informasi-informasi tersebut, sehingga tidak sedikit dari individu menjadi terpengaruh. Pengaruh media lain juga besar dampaknya pada kehidupan seseorang, yaitu media televisi. Misalnya saja pengaruh film, melalui gambar dan suara, film mampu mendorong seseorang menjadi tertarik untuk mengikuti gaya berpakaian dan bertingkah laku seperti di film tersebut. Seseorang

yang tidak mempunyai pendirian pasti akan selalu mengikuti gaya yang seorang model film pakai. Dengan begitu individu akan selalu mencari cara agar mereka bisa mengikuti gaya seorang model di film. Semua lapisan kalangan dapat terpengaruh oleh hal-hal seperti itu, termasuk golongan remaja. Mereka mengalami gejala-gejala yang berlebihan contohnya individu selalu ingin memiliki barang tertentu atau menggunakan produk tertentu untuk suatu keperluan. Individu merasa tidak moderen atau merasa ketinggalan zaman bila tidak memiliki barang atau barang yang mencirikan hal yang modern menurut yang dilihat di film tersebut, walaupun banyak cara lain yang terkesan tidak modern yang barangkali lebih cocok bagi dirinya. Jadi, orang dirangsang untuk berpacu dengan orang lain dalam hal pemilikan barang, akibatnya orang mudah kehilangan kepercayaan diri, menjadi kecewa kepada diri sendiri dan akhirnya tidak mempunyai nilai harga diri pada diri individu dan akan merasa kalah, tidak berharga dalam hal pemakaian barang untuk diri individu. Untuk itu banyak cara yang ditempuh oleh individu dalam menghadapi laju kehidupan. Misalnya, mereka membeli pakaian bekas di pasar gedebage (cimol). Karena disana terdapat produk yang bisa meningkatkan kepercayaan diri seseorang dan agar dapat dianggap orang lain memiliki harga diri yang tinggi karena orang akan melihat individu tersebut mampu memakai pakaian yang mempunyai merek yang baik meskipun barang tersebut hanya pakaian bekas akan tetapi orang lain tidak akan mengetahui apakah pakaian atau barang tersebut adalah pakaian bekas yang dibeli di pasar gedebage (cimol). Kebutuhan individu sebagai pendorong untuk membeli pakaian bekas tersebut untuk meningkatkan

kepercayaan dirinya. Biasanya individu seperti itu dipengaruhi dari lingkungan seperti dari keluarga ataupun dari teman bergaulnya.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang terkait di atas maka penulis melakukan pendahuluan kuisioner kepada 30 responden pada pengunjung Pasar Gedebage Bandung untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian. Berikut adalah tabel hasil dari pra kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pendahuluan Terkait Dengan Faktor-faktor
Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Cimol)
Di Pasar Gedebage

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas produk	Produk di pasar gedebage mempunyai keragaman pilihan.	10	13	5	-	-
2.		Produk di pasar gedebage memiliki standar kualitas yang baik.	1	12	15	2	-
3.	Harga	Harga pakian bekas di pasar gedebage sangat terjangkau.	3	19	7	1	-
4.		Harga pakaian bekas sangat sesuai dengan kualitasnya.	-	18	6	5	1
5.	Tempat	Belanja di pasar gedebage sangat nyaman.	-	7	15	7	1
6.		Lokasi pasar gedebage mudah di temukan atau sangat strategis.	4	17	4	3	2
7.	Harga diri	Secara pribadi saya sangat puas dengan berbelanja di pasar gedebage.	2	18	10	-	-
8.		Saya merasa memakai pakain dari pasar gedebage membuat saya lebih dihargai.	-	9	15	4	2
9.		Saya mempunyai kebiasaan untuk berbelanja dipasar gedebage.	-	9	12	7	2
10.		Saya bangga memiliki barang ternama dari pembelian di pasar gedebage	-	10	16	4	-
11.	Kepercayaan diri	Saya lebih percaya diri setelah saya memakai pakaian di pasar gedebage.	-	6	21	2	1
12.	Persepsi	Saya mempunyai penilaian baik pada barang yang di jual di pasar gedebage.	-	19	7	3	1

Sumber: Pra Kuesioner (2016)

Lanjutan Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pendahuluan Terkait Dengan Faktor-faktor
Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Cimol)
Di Pasar Gedebage

No.	Indikator	Pernyataan	Jawaban Responden				
			SS	S	KS	TS	STS
13.		Saya tidak peduli dengan perkataan orang lain terhadap kualitas barang di jual di pasar gedebage	4	22	3	-	1

Sumber: Pra Kuesioner (2016)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, dapat dilihat dari hasil kuisisioner pendahuluan yang dibagikan pada pengunjung Pasar Gedebage yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, harga diri dan kepercayaan diri, yaitu bahwa pada item pernyataan ke satu dari kualitas produk pakaian bekas sebanyak 5 responden menyatakan kurang setuju dan untuk pernyataan ke dua 15 responden menyatakan kurang setuju dan sebanyak 2 orang menyatakan tidak setuju dengan total persentase sebesar 74%. Selanjutnya mengenai harga diri dari pernyataan no 7 sebanyak 10 responden menyatakan kurang setuju, persentasenya sebesar 34%, untuk pernyataan no 8 sebanyak 15 responden menyatakan kurang setuju, 4 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju maka persentasenya sebesar 70%, pernyataan no 9 sebanyak 12 responden menyatakan kurang setuju, 7 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju, maka persentasenya sebesar 70%, pernyataan no 10 sebanyak 16 responden menyatakan kurang setuju, 4 responden menyatakan tidak setuju dan hasil persentasenya sebesar 67%. Dan mengenai kepercayaan diri pada pernyataan no 11 terdapat 21 responden

menyatakan kurang setuju, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju maka presentase yang didapatkan sebesar 80%.

Perhitungan di atas didapatkan dari penjumlahan antara penilaian responden yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju kemudian dibagi keseluruhan jumlah kuisisioner yang dibagikan kepada 30 responden di kali 100%. Hasil persentasi tersebut dianggap sebagai masalah yang terdapat dalam penelitian, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan setuju lebih kecil persentasinya dibandingkan dengan jumlah total persentasi yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan data – data yang penulis sajikan pada halaman sebelumnya dan berdasarkan hasil kuisisioner pendahuluan mengidentifikasi bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas (cimol) di Pasar Gedebage diantaranya dari indikator Kualitas Produk, Harga Diri dan Kepercayaan diri. Maka penulis melakukan penelitian di pasar gedebage sesuai dengan fenomena yang ada, maka diperoleh hasil presentase Kualitas produk dan Harga Diri. Jika kita berkunjung ke pasar gedebage (cimol) kita bisa melihat bagaimana kualitas produk yang ada disana. kualitas produk yang dijual di pasar gedebage (cimol) mempunyai kualitas yang kurang baik. kualitas yang kurang baik mempunyai dampak yang tidak baik juga kepada pemakai, misalnya dari segi kenyamanan, kesehatan dan tampilan dari pakaian atau produk tersebut akan berkurang. Kualitas yang didapatkan akan sesuai dengan harga yang di dapatkan. Kualitas yang kurang baik tidak membuat konsumen takut dengan apa yang akan menjadi dampak dikemudian hari. Karena masyarakat Indonesia merupakan warga

yang konsumtif. Apa yang ditawarkan pasti masyarakat Indonesia akan membelinya, mereka jarang melihat dari kualitas produknya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PAKAIAN BEKAS (CIMOL) DI GEDEBAGE**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena di atas serta keingintahuan untuk melihat pengaruh setiap variabel, maka peneliti ini akan menganalisis apakah Kualitas produk dan Harga diri berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk pakaian bekas.

Identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2015 di Pasar Gedebage.
2. Sulitnya pedagang mendapatkan pakaian bekas dari penyalur pada saat ini.
3. Naiknya harga pakaian bekas dari penyalur per karung karena diakibatkan terbatasnya pakaian impro ilegal.
4. Kualitas produk yang kurang baik yang tidak dipermasalahkan oleh konsumen.
5. Dampak dari memakai pakaian bekas pada kesehatan konsumen.
6. Kurangnya pengetahuan konsumen terhadap resiko yang akan terjadi setelah memakai pakaian bekas.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena – fenomena tersebut maka disusunlah rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk dari pakaian bekas (cimol)
2. Bagaimana harga diri konsumen terhadap pembelian pakaian bekas (cimol)
3. Bagaimana keputusan konsumen pada saat membeli pakaian bekas (cimol)
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga diri terhadap keputusan pembelian pada pakaian bekas (cimol)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilakukan ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

- a. Besarnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pakaian bekas (cimol)
- b. Besarnya harga diri terhadap keputusan pembelian pada pakaian bekas (cimol)
- c. Besarnya keputusan pembelian pada pakaian bekas (cimol)
- d. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga diri terhadap keputusan pembelian pada pakaian bekas (cimol)

1.5 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

1.5.1 Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan pada saat belajar di perkuliahan.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

- a. Dengan penelitian ini saya lebih mengetahui kualitas produk pada pakaian bekas di Pasar Gedebage dan mengetahui bagaimana harga diri konsumen pada saat memutuskan untuk membeli pakaian bekas seperti :
 - a) Dapat mengetahui standar kualitas produk pakaian bekas di Pasar Gedebage.
 - b) Dapat mengetahui barang apa saja yang dijual di Pasar Gedebage.
 - c) Dapat mengetahui barang apa sajakah yang banyak dibeli oleh konsumen.
 - d) Mengetahui merek barang yang dapat meningkatkan harga diri konsumen pada saat memakai pakaian bekas.
 - e) Dapat mengetahui keputusan pembelian konsumen pada saat membeli pakaian bekas.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan atau mempraktekan ilmu yang telah

didapat dan menambah wawasan terhadap ilmu yang baru penulis dapatkan dari penelitian ini.

2. Bagi Penjual di Pasar Gedebage

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi oleh pasar gedebage sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan pada saat menjual pakian bekas dan membeli pakaian impor bekas dari penyalur sesuai aturan hukum yang berlaku.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan peneliti selanjutnya.