

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Manusia membutuhkan pakaian karena pakaian memiliki manfaat kepada para pemakainya. Pakaian yang digunakan tersebut haruslah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada agar tidak menyebabkan masalah, baik pada diri sendiri maupun dengan orang lain yang berada di lingkungan sekitarnya.

Selain merupakan suatu kebutuhan yang penting, pakaian merupakan salah satu ekspresi tentang cara hidup, pakaian juga dapat mencerminkan perbedaan status antar kelompok masyarakat tertentu, sejalan dengan penelitian yang dilakukan **Monita (2013)** bahwa pakaian yang digunakan bisa menggambarkan bagaimana kehidupan sehari-hari mereka, latar belakang mereka, dan status sosial mereka, maka dari itu penampilan harus diutamakan. Menurut **Morris (2001)**, pakaian yang dikenakan oleh manusia memiliki tiga fungsi mendasar, yaitu memberikan kenyamanan, sopan-santun, dan pamer (*display*). Dengan demikian, cara kita memilih pakaian dapat berfungsi sebagai suatu pernyataan dan sebagai sarana untuk menunjukkan penanda sosial (*social signals*) tentang si pemakainya.

Dewasa ini banyak gaya hidup yang dianut oleh manusia. Hal seperti ini tidak hanya terjadi pada kelompok tertentu saja, tetapi terjadi di hampir semua

kalangan. Dari tingkat bawah sampai tingkat atas manusia memiliki gaya hidup dalam berpakaian yang berbeda-beda seiring dengan kemauan, kemampuan, kebutuhan, status sosial, daya beli, dan lain-lain. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang melanda dunia yaitu suatu keadaan yang dipaksakan dari negara-negara maju kepada negara-negara berkembang untuk diikuti.

Di satu sisi pakaian sebagai kebutuhan primer bagi setiap manusia mampu membatasi masyarakat dalam kelompok-kelompok tertentu berdasarkan kriteria sosial, politik, dan budaya tertentu. Menurut **Jean Baudrillard (2011:74)** adanya pengelompokan masyarakat berdasarkan selera bersama menjadi ide dari kapitalisme yang ditandai dengan adanya produksi massal sehingga muncul yang dinamakan *consumer culture* atau masyarakat konsumsi.

Masyarakat di era modern ini digerakan oleh basis konsumsinya. Konsumsi bukan hanya didorong atas dasar kebutuhan semata, namun barang-barang tersebut menjelma sebagai objek konsumsi yang di dalamnya menyimpan makna yang menuntun masyarakat untuk membeli atau tidak membelinya, contohnya adalah *fashion* (**Tambulana, 2013**). *Fashion* menjadi salah satu objek konsumsi penting dalam masyarakat modern. Dilihat dari tingkatan sosialnya, gaya berpakaian pada setiap lapisan masyarakat memiliki gaya yang berbeda-beda. Begitu banyak pilihan model pakaian yang tersedia saat ini menyebabkan manusia dapat berpakaian sesuai dengan gaya hidup mereka. Pakaian bermerek dan mempunyai daya jual tinggi mungkin tidak menjadi masalah untuk masyarakat yang berkecukupan atau kaya, tetapi untuk masyarakat golongan kebawah yang mempunyai daya beli yang rendah, pakaian bermerek dengan

harga tinggi tidak menjadi hal yang utama, ini bukan berarti mereka tidak terlalu mementingkan gaya (*fashion*), namun jika dibeli kebutuhan lainnya tidak akan terpenuhi. Sehingga masyarakat masih perlu membanding-bandingkan harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli mereka.

Seperti yang dikemukakan oleh **Gerke** dalam **Damsar (2005:184-185)** bahwa dikarenakan tidak semua masyarakat mampu mengonsumsi pakaian bermerek dengan harga tinggi secara nyata, terutama masyarakat menengah ke bawah. Sehingga, masyarakat golongan menengah ke bawah mengonsumsi pakaian bermerek dengan harga tinggi pun hanya secara simbolis pula. Sebagai contoh membeli barang-barang bermerek di pasar yang menjual pakaian bekas.

Perilaku konsumen seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan tingkat yang berbeda-beda. Pakaian bekas impor dapat dikatakan merupakan suatu barang simbolis yang dijadikan solusi bagi mereka yang ingin tetap tampil gaya (*fashion*) dengan merek terkenal namun harganya murah. Ditengah masyarakat yang kranjingan terhadap barang-barang baru, pakaian tren terbaru, merek-merek dunia, terdapat segelintir masyarakat yang memilih untuk mengonsumsi pakaian bekas, tidak terkecuali masyarakat Indonesia.

Fenomena pakaian bekas impor sudah sejak lama muncul di Indonesia. Tidak semua orang mampu membeli pakaian yang memiliki brand terkenal dengan harga mahal. **Damsar (2015)** menjelaskan kaitan tentang berkembangnya fenomena penjualan pakaian bekas dengan krisis yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997. Menurutnya penjualan pakaian bekas mulai berkembang pesat

dimana masyarakat harus pandai mengatur keuangan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Selain itu adanya impor pakaian bekas disebabkan oleh ketersediaan pakaian dalam negeri yang tidak mampu memenuhi setiap kebutuhan masyarakatnya. Maka dari itu, solusi alternatif tersebut yaitu dengan mengkonsumsi pakaian bekas impor yang masih layak pakai.

Namun impor pakaian bekas di Indonesia tidak diperbolehkan. Larangan tersebut sudah dikeluarkan pemerintah sejak tahun 1982 melalui SK Mendagkop No. 28 tahun 1982 tentang Ketentuan Umum di Bidang Impor yang hingga saat ini belum dicabut dan masih tetap berlaku. Pada tahun 2002, Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia (Menperindag), yakni Rini Soemarno mengeluarkan Menperindag Nomor 642/MPP/Kep/9/2002 tanggal 23 September 2002 tentang barang yang diatur tata niaga impornya. Dalam aturan tata niaga tersebut mengatur larangan impor atas produk gombal atau kain perca, karena sekarang ini kebutuhan kain perca tersebut sudah dapat dipenuhi dari produksi dalam negeri (Pitaloka dalam Tempo, 15/09/17). Hal ini juga diperkuat dengan adanya ketentuan dari Pasal 47 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (selanjutnya disebut Undang-Undang Perdagangan) yang menyatakan bahwa “Setiap importir wajib mengimpor Barang dalam keadaan baru.”

Meskipun Undang-Undang di Indonesia sudah jelas melarang impor pakaian bekas, namun faktanya impor pakaian bekas tidak bisa dicegah bahkan dihilangkan, tidak terkecuali di kota Bandung, salah satunya adalah Pasar Gedebage. Pasar Gedebage merupakan suatu pasar tradisional yang menjual

berbagai macam kebutuhan sandang seperti jaket, celana, baju, sepatu, dan lain-lain. Masyarakat lebih mengenal pasar gedebage karena produk *secondnya*, walaupun tidak semua yang dijual merupakan produk *second*. Pasar Gedebage tidak hanya menjadi incaran masyarakat Kota Bandung namun masyarakat yang berasal dari luar Kota Bandung pun ikut memburu pakaian bekas yang tersedia di Pasar Gedebage, karena itu permintaan akan pakaian bekas dipasar ini terus ada.

Selain itu, pakaian bekas pun menjadi salah satu target masyarakat untuk mendapat *style* yang berbeda dengan yang lain, karena kebanyakan pakaian bekas mempunyai merek ternama di luar negeri dan model pakaian yang tidak pasaran. Di sisi lain pakaian bekas ini tidak terlalu mahal sehingga dapat menghemat pengeluaran dan rata-rata mempunyai kualitas yang dinilai bagus bahkan tidak jarang impor pakaian bekas adalah barang dengan kondisi yang masih baru.

Maraknya peredaran pakaian bekas dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat untuk dijadikan bisnis usaha yang ditandai dengan semakin banyaknya pedagang yang menjual pakaian bekas impor tersebut. Peluang bisnis pakaian bekas ibarat pintu yang terbuka lebar yang mengundang peminatnya untuk terjun dan meraup keuntungan yang besar. Oleh karena itu wajar jika bisnis ini sangat potensial untuk dijadikan suatu profesi, seperti yang dilakukan **Dodo** (27) yang memulai berjualan pakaian bekas karena peluang tersebut selama dua tahun terakhir, yang semula tidak mempunyai pekerjaan tetap kini menjadi penjual yang mempunyai kios di Pasar Gedebage. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya impor pakaian bekas dapat menciptakan lapangan usaha baru dan dapat mengurangi pengangguran.

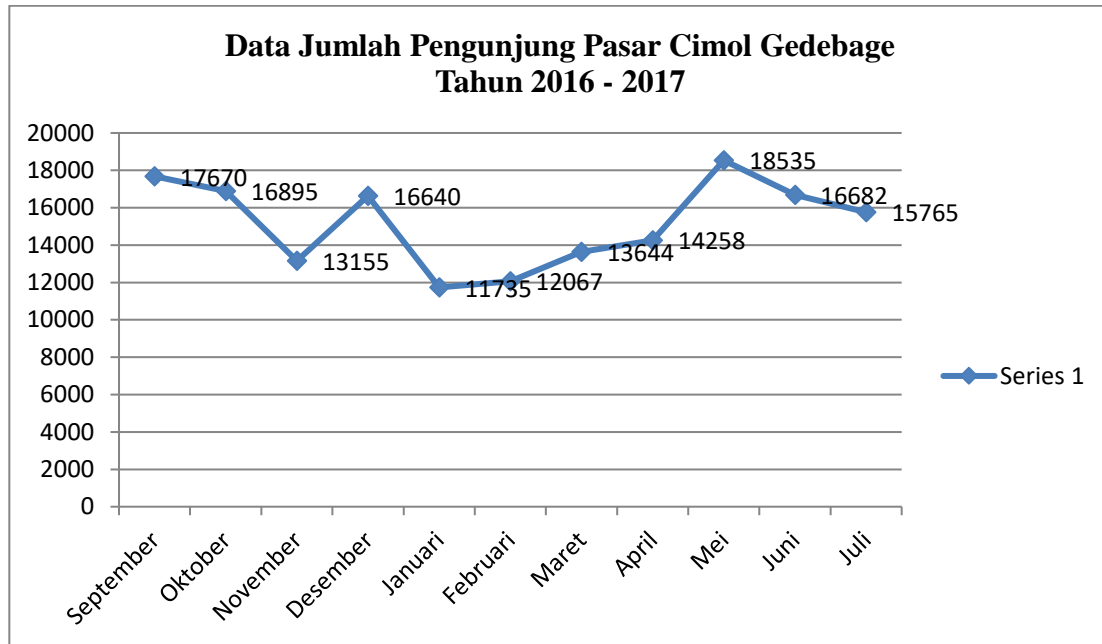
**Tabel 1.1****Daftar Harga dan Jenis Pakaian Bekas di Pasar Gedebage**

No.	Jenis Pakaian	Kisaran Harga
1	Baju	Rp. 5.000 – 25.000
2	Celana	Rp. 10.000 – 70.000
3	Kemeja	Rp. 20.000 – 100.000
4	Jaket	Rp. 25.000 – 200.000
5	Topi	Rp. 5.000 – 15.000

*Sumber: Pasar Gedebage Bandung*

Berdasarkan Tabel 1.1, menunjukkan jenis-jenis pakaian beserta kisaran harga yang dijual di Pasar Gedebage. Kisaran harga dari berbagai jenis kebutuhan sandang tersebut diperoleh dari beberapa pedagang yang berada di area Pasar Gedebage. Seperti contoh baju yang berada di kios salah satu pedagang Pasar Gedebage dijual dengan harga Rp. 5.000 sampai dengan Rp. 25.000. Walaupun harga yang ditawarkan terbilang murah namun baju tersebut masih layak pakai.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pengunjung Pasar Cimol Gedebage**



*Sumber: PD. Pasar Bermartabat Kota Bandung 2017*

Berdasarkan tabel 1.2, menunjukkan Pasar Gedebage masih menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat untuk membeli pakaian dilihat dari fluktuatifnya grafik jumlah kunjungan tersebut setiap bulannya. Seperti pada bulan Desember 2016 pengunjung mencapai 16.640 orang, namun pada bulan Januari mengalami penurunan dengan jumlah pengunjung 11.735 orang. Pada bulan Mei 2017 adanya peningkatan pengunjung mencapai 18.535 orang, menurut Bapak Tarmana selaku staf di bidang aset, peningkatan tersebut disebabkan karena adanya permintaan yang tinggi terhadap pakaian di kalangan masyarakat menjelang hari raya idul fitri.

Peningkatan maupun penurunan permintaan pakaian bekas di Pasar Gede tentunya akan berdampak pada jumlah pembelian konsumen, hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama adalah harga, harga adalah jumlah yang disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal (**Tandjung, 2004**). Jika harga suatu komoditi naik maka pembeli akan cenderung membeli lebih sedikit dan sebaliknya jika harga suatu komoditi turun, maka pembeli akan cenderung membeli lebih banyak (**Samuelson, 1993**)

Selanjutnya faktor kedua yang mungkin mempengaruhi jumlah pembelian yaitu pendapatan. Adanya perubahan pendapatan masyarakat mengakibatkan terjadinya perubahan terhadap permintaan suatu barang. Semakin tinggi pendapatan semakin tinggi pula permintaan akan barang tersebut, begitupun sebaliknya semakin rendah pendapatan semakin rendah pula permintaannya (**Sadono Sukirno, 2003:67**). Besar kecilnya pendapatan bisa mempengaruhi daya beli orang tersebut, seperti contoh jika pendapatan seseorang bertambah maka kemampuannya dalam membeli barang akan meningkat termasuk dalam membeli pakaian. Selain itu, jika pendapatan meningkat, konsumen cenderung membeli lebih banyak, hampir segala hal. Dengan kata lain jika pendapatan seseorang meningkat maka permintaannya terhadap suatu barang akan lebih banyak dibanding sebelum pendapatannya meningkat (**Samuelson, 1993**).

Faktor ketiga dan keempat yang mungkin mempengaruhi jumlah pembelian adalah kualitas produk dan keragaman produk. Konsumen akan selalu memilih suatu produk yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan oleh mereka.



Konsumen selalu mencari produk yang kira-kira dapat diandalkan dan memiliki kualitas yang baik bagi mereka. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada akhirnya akan mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk atau tidak bahkan akan mempengaruhi jumlah pembelian dan pembelian berulang terhadap barang tersebut (**Malik, 2014**). Kualitas produk dan keragaman produk merupakan hal yang sangat penting untuk bersaing dipasaran. Pedagang dengan kualitas produk paling baik akan berkembang lebih baik dan lebih berhasil dibandingkan dengan pedagang lain yang memiliki kualitas produk yang biasa-biasa saja.

Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan jumlah pembelian telah banyak dilakukan. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh **Muhammad Arif dkk (2014)** mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras Di Pasar Terong Kota Makasar. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jumlah pembelian, harga, kualitas telur, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga mempunyai pengaruh terhadap jumlah pembelian telur ayam ras di Pasar Terong Kota Makasar, sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh **Akbar Ilham (2017)** mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Benih Padi Pada Petani Di Kec.Kesesi Pekalongan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap jumlah pembelian benih padi, sedangkan variabel luas lahan dan jarak tanam berpengaruh. Secara simultan, harga, luas lahan, dan jarak tanam berpengaruh terhadap jumlah pembelian benih padi.

Harapan dari penjual pakaian bekas di pasar Gedebage, adanya peningkatan dalam jumlah pembelian atau permintaan pakaian bekas tanpa kenal musim ataupun *trend*. Oleh karena itu dengan berlandaskan latar belakang dan masalah yang ada maka penulis ingin melakukan penelitian dengan melakukan pendekatan serta pengalaman teori yang di pelajari meliputi faktor harga, pendapatan, keragaman produk dan kualitas produk.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS PADA KONSUMEN DI PASAR GEDEBAGE KOTA BANDUNG (Studi Kasus Konsumen Pakaian Bekas Pasar Gedebage Kota Bandung).**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
2. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
3. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.

5. Bagaimana pengaruh harga, pendapatan, keragaman produk dan kualitas produk terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.

### **1.3 Tujuan penelitian**

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan, keragaman produk dan kualitas produk terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar gedebage kota bandung.

### **1.4 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.

#### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan pada saat belajar di

perkuliahan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

#### **1.4.2 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) Dapat mengetahui jumlah 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 pakaian 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.

#### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pasar Gedebage yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta kota Bandung, dimulai dari bulan September sampai selesai.