

FENOMENA THRIFT SHOPPING DI KALANGAN MASYARAKAT AKIBAT PERUBAHAN GAYA HIDUP MODERN (STUDI GLOBALISASI DI WILAYAH JAWA TIMUR)

1 Ahyan syaraahiyya (04020220022)

2 Emmy Yuniarti Rusadi, S.T., M. Eng. (B201927)

Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Corresponding author : 0402022022@student.uinsby.ac.id

ABSTRACT

The impact of the globalization trend is the emergence of foreign cultures that are starting to enter Indonesia which causes a new lifestyle in terms of dressing. Most people want to follow a trending lifestyle but don't want to spend a lot of money. This condition causes the activity of shopping for used goods to be popular in Indonesia. Modernization is growing rapidly because it has many ways to access information from various countries easily and quickly. This study aims to determine the phenomenon of thrift shopping among the community due to changes in modern lifestyles. This research was conducted using a descriptive research method using a quantitative survey approach.

Keywords: Modern Lifestyle, Thrift Shopping Phenomenon.

Abstrak

Dampak dari tren globalisasi adalah munculnya budaya asing yang mulai masuk ke Indonesia yang menyebabkan gaya hidup baru terutama dalam hal berpakaian. Masyarakat kebanyakan ingin mengikuti gaya hidup yang sedang tren namun tidak ingin mengeluarkan banyak biaya. Kondisi ini menyebabkan aktivitas *thrift shopping* populer di Indonesia. Modernisasi berkembang dengan pesat karena mempunyai banyak cara untuk dapat mengakses informasi dari berbagai negara dengan mudah dan cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena *thrift shopping* di kalangan masyarakat akibat perubahan gaya hidup modern. Penelitian ini di laksanakan menggunakan metode penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kuantitatif survey.

Kata kunci: gaya hidup modern, fenomena *thrift shopping*.

LATAR BELAKANG

Era globalisasi saat ini telah mengakibatkan perilaku konsumen mempengaruhi kehidupan masyarakat luas. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan dan gaya hidup yang relatif cepat berubah. Dari kelihatannya, orang cenderung berperilaku sangat konsumtif. Sumartono Syaiful (2012) menjelaskan bahwa gaya hidup konsumen adalah tindakan menggunakan suatu produk dan tidak lengkap. Artinya, satu produk belum habis dan ada yang menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Perilaku ini memerlukan biaya yang lebih besar, karena tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi tentang memuaskan keinginan, dan saat ini ada kecenderungan pakaian bekas (*fashion thrift*) untuk memenuhi permintaan konsumen yang terus meningkat. Pakaian bekas adalah pakaian yang telah dipakai oleh seseorang namun masih layak pakai dan dijual kembali. Dulu, membeli baju bekas dianggap sebagai fenomena umum bagi masyarakat umum,

selain dikatakan sampah, kualitasnya tidak bagus, dan banyak bakterinya. membeli pakaian bekas juga disebabkan ketidakmampuan untuk membeli baju baru yang harganya lebih tinggi. Tetapi zaman telah berubah, membeli baju bekas menjadi sebuah trend dan pilihan gaya hidup.

Informasi fashion sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat, dan gaya hidup yang fashionable dan fashionable adalah suatu keharusan. Namun, jika melihat merek luar negeri seperti H&m, Uniqlo, Zara, Polo, Converse, Chanel, Levis, Dickies, Adidas, Lacoste, dll, upaya tersebut dinilai cukup mahal. Namun tidak harus mahal untuk tampil fashionable saat ini, selain terjangkau, membeli baju bekas juga menjadi pilihan yang fashionable, menjual baju dengan corak dan keunikan tersendiri yang menunjang penampilan.

Jual baju bekas dengan kualitas masih layak pakai. Toko merupakan solusi dari tingginya keinginan konsumen akan produk

yang baik, sebagai salah satu cara pemenuhan kebutuhan hidup konsumen, namun tanpa ingin mengeluarkan uang terlalu banyak. Hal ini menarik dan terlihat dari banyaknya konsumen yang berkunjung dan menginginkan produk bermerek. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Fenomena thrift shopping di kalangan masyarakat akibat perubahan gaya hidup hidup modern “.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Gaya hidup modern

Menurut Kotler dan Keller (2016) Gaya hidup merupakan penghargaan terhadap aktivitas, minat, dan opini seseorang dalam menyikapi pola hidup di dunia. Gaya hidup mencerminkan reaksi seseorang dalam mengimbangi interaksi yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Di zaman yang sudah modern seperti sekarang tuntutan gaya hidup pada masyarakat semakin muluk. Fenomena seperti ini tidak hanya terjadi di kota kota besar saja, seiring berkembangnya zaman yang sangat pesat dan maju ini masyarakat pedesaan turut bereaksi dalam mengimbangi gaya hidup modern.

Pandangan masyarakat terhadap tolok ukur gaya seseorang dilihat dari selera pakaian, aksesoris, dan alat rias. Demi meraih image, masyarakat rela bersaing mengikuti trend fashion terkini dengan berbelanja dan berganti ganti produk fashion seperti pakaian dan kosmetik agar selalu berpenampilan modis di mata publik.

2. Fenomena thrift shopping

Pakaian bekas impor mulai diminati dan telah menjadi *tren* di lingkungan masyarakat. Produksi baju bekas impor dilakukan demi menunjang penampilan dengan memakai pakaian bermerk yang dibeli dengan harga murah.

Thrift sendiri merupakan istilah yang berasal dari Bahasa Inggris yang mempunyai arti hemat. *Thrift shopping* merupakan suatu kegiatan seseorang berbelanja produk pakaian bekas yang memiliki kualitas dan masih layak untuk dipakai yang mana kegiatan ini mengusung konsep *reuse* sebagai reaksi yang menyimpan misi lingkungan. Kegiatan ini bermula dari negara luas kontributor emisi karbon dengan tingkat tinggi buah dari limbah industri fashion yang berkembang dengan pesat,

Menanggapi kondisi di Negara tersebut menyebabkan munculnya budaya baru di tengah masyarakat yaitu *tren thrift shopping*.

Menyadari hal tersebut kegiatan *thrift shopping* ini mendapatkan ruang tersendiri di hati masyarakat, sehingga muncul sensasi belanja yang berbeda mereka rasakan saat menunaikan *tren thrift shopping* dibandingkan saat membeli pakaian baru di sebuah toko. *Tren thrift shopping* ini menuntut pembeli untuk lebih teliti dan sabar, serta sedikit keberuntungan dalam memilih pakaian yang akan dibeli karena produk yang dijual memiliki model yang beragam dan ukuran yang bervariasi, pembeli yang beruntung bisa mendapatkan pakaian dari produk *brand* ternama sehingga memunculkan rasa bangga terhadap pembeli ketika memakainya yang tentu saja tidak mudah ditiru orang lain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sistem ilmiah pengumpulan data dengan tujuan dan maksud tertentu. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif merupakan jenis metode yang memiliki tujuan dapat membuat deskripsi secara terstruktur, dan tepat berdasarkan kenyataan dan karakteristik populasi yang sedang diteliti. Peneliti mengumpulkan data dan informasi tentang beberapa responden yang dianggap dapat mewakili populasi yang sedang diteliti menggunakan teknik survey melalui kuesioner. Menurut Kerlinger (1973) penelitian survey merupakan pengambilan sampel dari suatu populasi besar maupun kecil dengan mempelajari data data dari sampel yang telah diperoleh tersebut dengan tujuan menemukan beberapa kejadian tertentu, distribusi, dan kaitan antar faktor sosiologis dengan psikologis.

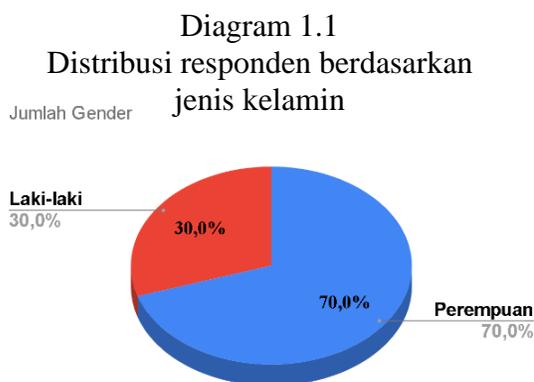
Menurut Neuman W Lawrence (2003) penelitian survei merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian survei peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada responden atas dirinya mengenai wawasan, keyakinan, sifat suatu populasi/objek yang sedang diteliti. Populasi dalam penelitian adalah masyarakat yang berumur 15 tahun lebih yang bertempat tinggal di wilayah Jawa Timur. Pada penelitian ini Teknik sampling pengambilan data yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan metode *Proportionate Stratified Random Sampling* yang memiliki tingkat kesalahan penarikan sampel sebesar 10%. Sehingga, peneliti mendapatkan jumlah sebanyak 20 orang responden.

Penelitian ini menggunakan Teknik analisis deskriptif kuantitatif yang mana digunakan untuk penyajian data, setelah itu data tersebut dianalisis secara kuantitatif kemudian data disajikan dalam bentuk presentase.

ANALISIS DATA

Karakteristik Responden

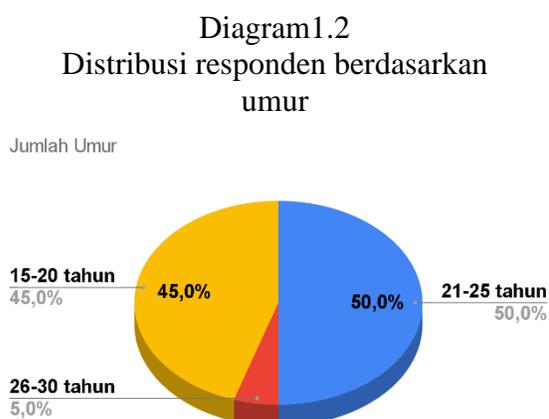
a. Jenis kelamin



Sumber : Hasil survey kuesioner 2022

Diagram diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengetahui fenomena *thrift shopping* berasal dari kalangan perempuan dengan presentase 70% dari 20 responden. Hal ini cukup mewakili bahwa perempuan lebih *update* dibandingkan dengan responden laki laki. Hasil ini juga cukup mewakili bahwa perempuan cenderung mengikuti perkembangan *tren* yang sangat pesat akibat globalisasi.

b. Umur Responden



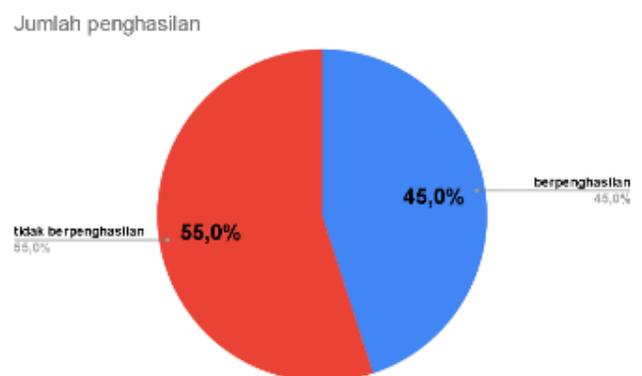
Sumber : Hasil survey kuesioner 2022

Diagram diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak yang pernah membeli produk pakaian *thrift* memiliki umur diatas 21-25 tahun dengan

presentase 50% dari 20 orang responden. Usia 21-25 tahun merupakan usia yang mulai memasuki dunia kerja dan mampu menghasilkan uang sendiri namun usia ini adalah usia yang sangat krusial dimana seseorang mengalami perubahan dari fase remaja menuju fase dewasa. Godaan gaya hidup modern masih belum terkontrol dengan maksimal.

c. Penghasilan Responden

Diagram 1.3
Distribusi responden berdasarkan penghasilan



Sumber : Hasil survey kuesioner 2022

Diagram diatas menunjukkan bahwa mayoritas jumlah responden yang pernah membeli baju *thrift* adalah responden yang berpenghasilan dengan presentase 55% dari 20 orang responden. Hal ini cukup mewakili bahwa responden yang tidak berpenghasilan yang lebih tertarik membeli produk pakaian bekas impor karena mereka tidak memiliki penghasilan sehingga mencari produk yang memiliki kualitas bagus dan harga yang lebih terjangkau seperti produk pakaian *thrift*.

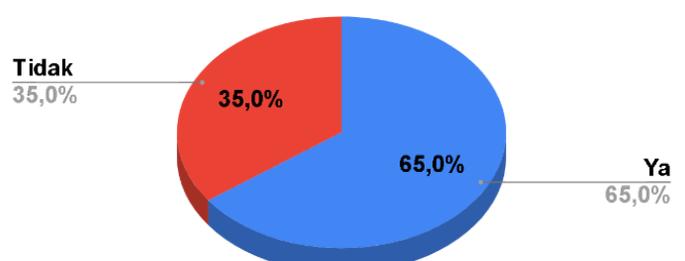
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Popularitas *Thrift Shopping* dari beberapa daerah Wilayah Jawa Timur

diagram 2.1
Distribusi responden terhadap popularitas *thrift shopping*

Jumlah Apakah fenomena budaya *thrifting* ini sedang trend di daerah anda?



21-25 tahun yang sudah mampu menghasilkan uang sendiri, yaitu :

“Saya beberapa kali membeli baju thrift selalu mendapat hoki dengan harganya. Saya mendapatkan baju thrift dari produk bermerk dan modelnya sangat bagus yang jika saya membeli baru harganya sangat mahal. Tapi menurut saya hemat jika pandai dan telaten dalam memilih dan boros jika tidak pandai memilih.”(Hasil survei kuesioner 2022)

Namun beberapa responden menyatakan bahwa fenomena *thrift shop* yang sedang digandrungi masyarakat ini justru menyebabkan dampak kerusakan lingkungan dan perkembangan industri fashion Indonesia. Berikut pernyataan dari beberapa responden hasil survei pengisian kuesioner 2022.

Responden 1 : Ahmad Kharisul responden laki-laki dari kalangan usia 15-20 tahun:
“Merusak perkembangan kemajuan industri fashion Indonesia, karena thrifthing dapat merusak dan menjadikan brand atau produk Indonesia kurang diminati masyarakat umum”

Responden 2 : Alfin Riska Nihawa responden wanita dari kalangan usia 21-25 tahun.
“Thrift baju bekas import sama dengan menggunakan sampah kain dari negara luar, dan juga kita tidak bisa menjamin apakah baju tersebut tidak mengandung penyakit kulit dari pemilik pertama, menurut saya budaya ini lebih ke merusak perkembangan kemajuan negara. sampah di Indonesia sudah sangat banyak, namun kita malah memungut sampah dari negara orang lain”

Sumber : Hasil survey kuesioner 2022

Diagram diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan jumlah presentase 65% dari 20 orang responden menyatakan bahwa fenomena *thrift shopping* sedang populer di wilayah tempat tinggalnya. Hal ini cukup mewakili bahwa interaksi globalisasi di daerah mayoritas responden berkembang dengan pesat.

b. Sumber berita

Diagram 2.2
 Distribudi responden berdasarkan pertama kali mengetahui fenomena *thrift shop*



Sumber : Hasil survey kuesioner 2022

Diagram diatas menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah responden yang mengenal budaya *thrift shopping* melalui sosial media/internet dengan jumlah presentase 45%. Hal ini cukup mewakili bahwa sosial media/internet mempunyai peran yang sangat besar dalam penyebaran pengaruh globalisasi.

media/internet Sosial merupakan salah satu kecanggihan teknologi di era modern. Sosial media/internet memiliki ribuan jaringan komputer yang mudah diakses agar dapat terhubung ke seluruh dunia sehingga menyebabkan informasi dari berbagai negara dapat tersbar dengan cepat.

c. Pendapat responden terhadap produk *thrift*

Menurut beberapa responden mengatakan bahwa adanya *thrift shop* ini sangat membantu responden untuk menghemat pengeluaran dalam hal kebutuhan sandang, khususnya kebutuhan untuk bergaya kekinian dengan harga yang terjangkau bahkan mempunyai harga yang miring. Berikut pernyataan salah satu responden bernama Dian dari kalangan usia

B. PEMBAHASAN

Globalisasi merupakan sebuah fenomena yang tidak dapat dimusnahkan dari peradaban manusia. Berkembangnya teknologi akibat globalisasi menyebabkan masyarakat Indonesia hamper kehilangan kebudayaan mereka sendiri. Kebudayaan lokal telah dianggap oleh masyarakat sebagai budaya yang kuno yang tidak sesuai dengan perkembangan zaman modern terutama dalam hal berpakaian. Hal seperti ini merupakan dampak dari pesatnya perkembangan globalisasi di Indonesia sehingga masyarakat mengalami perubahan pola pemikiran sosial dan gaya hidup yang awalnya tradisional menjadi modern.

Budaya *thrifting* adalah *pop culture* yang sedang terjadi di Indonesia. Dengan semakin banyaknya *event thrift* yang

diadakan di kota-kota besar, yang mana *thrifting* sendiri menjadi ajang untuk meningkatkan nilai diri dari para penggemarnya. Sosial media/ internet juga memiliki peran yang besar dalam perkembangan *tren* ini. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi dari berbagai Negara di dunia yang menyebabkan perubahan gaya hidup baru modern sangat pesat berkembang di negara Indonesia sehingga tuntutan bergaya modis akan lebih tinggi.

Fenomena *thrift shopping* merupakan *tren* yang mulai diminati oleh semua kalangan. Kecenderungan konsumen untuk menunjukkan identitas dirinya melalui baju bekas impor memiliki berbagai alasan dan latar belakang, para responden masing-masing mempunyai passion untuk menunjukkan identitas yang mereka miliki. Banyak orang percaya bahwa fashion bukan hanya tentang kemewahan yang mahal. Produk *thrift shopping* seringkali terlihat menarik, unik, tidak pasaran, dan yang terpenting harganya lebih murah dari rata-rata. Alasan masyarakat lebih tertarik mengkonsumsi baju lama adalah karena murah, kualitas bagus, barang tidak dipasarkan dan sesuai dengan selera fashion mereka. Masyarakat merasakan sensasi yang berbeda saat berbelanja produk *thrift* karena harus memiliki ketelitian dan kesabaran serta sedikit keberuntungan untuk memilih baju yang sesuai dengan selera.

Fenomena *thrift shopping* yang sedang tren menjadi ancaman buruk bagi industri fashion lokal. Meningkatnya daya tarik masyarakat terhadap produk *thrifting* impor tentunya akan berdampak buruk bagi eksistensi dan perkembangan produk pakaian lokal.

KESIMPULAN

Gaya hidup merupakan penghargaan terhadap aktivitas, minat, dan opini seseorang dalam menyikapi pola hidup di dunia . Tuntutan gaya hidup yang semakin muluk di zaman yang sudah modern ini merupakan pengaruh besar meningkatnya penggemar produk *thrift shopping*. Fenomena *thrift shopping* adalah *tren* yang diminati masyarakat dari semua kalangan mulai dari kalangan muda sampai dewasa. Produk *thrift shopping* menawarkan model yang beragam, ukuran yang bervariasi, tidak pasaran, dan yang terpenting harganya lebih murah dari rata-rata. Untuk mendapatkan produk yang berkualitas dan bermerk pembeli harus memiliki ketelitian, kesabaran dan sedikit keberuntungan untuk memilah baju. Sebagian besar masyarakat lebih tertarik untuk membeli produk *thrift shopping* ini

untuk mengikuti *tren modern*. Fenomena *thrift shopping* yang berkembang sangat pesat juga dapat menyebabkan produk industri fashion lokal sulit berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Ariska Dian, dkk. 2021. Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas. SENMABIS : Conference Series Vol. 1, No. 1.

Haryono, T, and Daniel Fajar Panuntun. "Model Gaya Hidup Nazir Sebagai Refleksi Gaya Hidup Hedon Pengkhotbah Pada Zaman Milenial," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* 3, no.2.

Hendraningrum, Retno dan M. Edy Susilo. Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2,

Malika, H. C. N. (2020). *Thrifting: Evolusi Barang Loak Sebagai Pop Culture*. London: Cambridge Press. www.uc.cc.id.

Masri Singarimbun & Sofyan Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Jakarta : PT. Pustaka LP3ES.

Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014

Nsution. (2003). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara.

Saputri, A. E. 2018. Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Mayang Collection Pusat. Skripsi. Central Library of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Of Malang.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suwandoko, N. (2018). Perdagangan Pakaian Second Branded dari Singapura ke Batam dalam Kerangka Masyarakat Ekonomi Asean Tahun 2015-2016. *JOM FISIP*, 5(1), 1–16.

Wati, D. S. (2016). *Praktik Jual Beli Pakaian Impor Bekas (Studi Kasus di Kota Salatiga)* (Institut Agama Islam Negeri (IAIN)).