

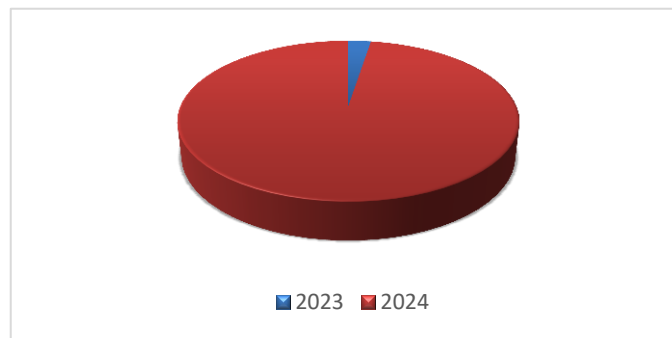
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di era modern telah mempercepat perubahan dalam industri *fashion*. Hal ini membuat konsumen cenderung memilih gaya hidup yang sesuai dengan tren yang sedang *populer*. Tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan, tetapi juga menimbulkan pergeseran terutama dalam kebutuhan sehari-hari salah satunya seperti kebutuhan yang berkaitan dengan pakaian (Ummah, 2019). Saat ini, konsumen semakin menerima pakaian bekas sebagai alternatif untuk tampil unik dengan harga *low budget*, dibandingkan membeli pakaian baru. Selain itu, dengan adanya pakaian bekas membuat masyarakat bisa menggunakan pakaian *branded* dengan harga terjangkau. Dalam keputusan pembelian pakaian bekas, aspek seperti kualitas produk yang mencakup kebersihan, kondisi barang, dan harga memegang peranan penting.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/12/2014 tentang Label dan Aturan Pencantuman Label pada Barang: Peraturan ini mengatur tentang label yang harus dicantumkan pada barang, termasuk pakaian. Meskipun tidak secara spesifik mengatur pakaian bekas, peraturan ini dapat diterapkan secara analogi, di mana penjual pakaian bekas dapat mencantumkan label yang menginformasikan bahwa produk tersebut merupakan barang *thrift*. Pakaian yang telah digunakan dan biasanya diimpor dari negara-negara seperti Singapura, China, Malaysia, dan Korea biasanya berupa *ballpress* atau yang biasa kita kenal sebagai *ballpress thrift* (Karimah & Syafrizal, 2014).



Sumber data: (Badan Pusat Statistik, 2025)

Gambar 1. 1
Data Pakaian Import 2023-2024

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), impor pakaian bekas ke Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2023 ke 2024. Pada tahun 2023, total impor pakaian bekas dari beberapa negara, termasuk China, Korea Selatan, Malaysia, dan Singapura, tercatat sebesar 104 kg. Pada tahun 2024 jumlah impor pakaian bekas yang masuk melonjak drastis menjadi 3.956 kg atau 3,956 ton. Lonjakan ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap pakaian bekas masih tinggi di Indonesia, meskipun terdapat kebijakan larangan impor pakaian bekas yang diberlakukan pemerintah sejak 2015.

Peningkatan impor pakaian bekas mencerminkan tingginya permintaan di Indonesia, meskipun ada regulasi yang melarang peredarannya. Konsumen melihat pakaian bekas sebagai alternatif ekonomis dengan kualitas yang masih layak pakai. Faktor seperti merek, bahan, daya tahan, dan tren *fashion* menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Muiz et al., 2023) terjadi peningkatan persaingan antara industri pakaian konvensional dan bisnis *thrifting*. Meskipun tren *thrifting* atau pembelian pakaian bekas sedang meningkat, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas masih terbatas. Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti keputusan pembelian pada produk *fashion*

baru, dengan variabel seperti brand image, gaya hidup, dan harga. Sementara itu, kualitas produk bekas masih juga perlu dikaji, karena sangat memengaruhi niat dan perilaku pembelian, terutama di kalangan generasi muda urban.

Fenomena ini semakin menarik karena tren *thrifting* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh kesadaran akan keberlanjutan dalam industri fashion. Masih ada stigma negatif terkait kebersihan dan kualitas produk *thrift* yang menjadi tantangan bagi para pelaku usaha di sektor ini. Masih terdapat ketidaksesuaian antara kualitas dan keputusan pembelian, terutama dalam konteks pakaian bekas yang memiliki nilai pakai lebih rendah namun digemari oleh generasi muda. Namun, di balik meningkatnya tren *thrifting* di kalangan masyarakat, masih terdapat stigma negatif yang melekat pada pakaian bekas. Sebagian konsumen masih beranggapan bahwa pakaian bekas identik dengan barang yang kotor, tidak higienis, dan berkualitas rendah. Stigma ini menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha *thrift*, terutama dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan (Soraya, 2020). Dibandingkan dengan pakaian baru yang langsung diasosiasikan dengan kebersihan dan kualitas tinggi, pakaian bekas sering kali harus membuktikan terlebih dahulu bahwa kebersihan dan kualitasnya tidak kalah bersaing (Lotulung, 2023).

Aspek kebersihan menjadi nilai tambah yang signifikan karena mampu mematahkan asumsi negatif tersebut. Dalam beberapa kasus, pakaian bekas bahkan menawarkan merek ternama dengan kondisi baik dan harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk baru. Hal ini menjadikan harga sebagai daya tarik utama, terutama di kalangan konsumen yang sensitif terhadap harga namun

tetap menginginkan kualitas (Muiz et al., 2023).



Sumber Data: (Toko Wike *Thrift*, 2025)

Gambar 1. 2 **Tampilan Penjualan Pakaian Bekas di Toko Wike *Thrift***

Kualitas produk yang ditawarkan oleh toko Wike *Thrift* fokus pada penampilan dan kualitas produk, dengan memastikan pakaian bekas yang dijual dalam kondisi bersih, wangi, dan terawat. Kebersihan dan wangi menjadi poin penting yang mematahkan stigma negatif tentang pakaian bekas. Konsumen merasa lebih nyaman membeli pakaian bekas yang terawat dengan baik, seolah-olah mereka membeli pakaian baru. Menariknya toko ini menjual pakaian yang target pasarnya adalah perempuan, faktor lain yang menarik konsumen adalah harga yang lebih terjangkau. Pakaian bekas biasanya dijual dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pakaian baru, terutama untuk merek-merek ternama. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang ingin mendapatkan pakaian berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau. Tetapi ada beberapa konsumen yang mendapatkan kualitas pakaian dalam keadaan kotor dan kain pakaian tersebut kurang kualitasnya ini menjadi salah satu pertimbangan.

Untuk membuktikan apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, maka penulis melakukan prasurvei awal yang akan diisi oleh responden. Berikut ini adalah tabel hasil prasurvei yang telah dilakukan :

Tabel 1. 1
Hasil Prasurvei Penelitian

Pertanyaan	Frekuensi(%)				
	SS	S	N	TS	STS
Saya pernah melakukan pembelian pakaian bekas (<i>thrift</i>) di Wike <i>Thrift</i> .	25	5	0	0	0
Saya pernah menggunakan pakaian bekas.	22	7	1	0	0
Kualitas pakaian bekas yang saya beli sesuai dengan keinginan saya.	25	5	0	0	0
Kualitas produk sangat penting bagi saya saat membeli pakaian bekas.	28	2	0	0	0
Aspek utama yang saya perhatikan dalam menilai kualitas pakaian bekas adalah kondisi fisik (tidak rusak, tidak ada noda)	28	2	0	0	0
Saya merasa kecewa dengan pembelian pakaian bekas saya sebelumnya.	4	6	6	1 0	4
Faktor utama kekecewaan saya adalah ukuran yang tidak sesuai.	8	15	4	3	0
Saya berencana untuk membeli pakaian bekas dalam 6 bulan ke depan.	26	4	0	0	0
Kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan saya untuk membeli pakaian bekas.	27	3	0	0	0
Faktor yang paling menentukan keputusan saya membeli pakaian bekas adalah harga yang terjangkau.	24	6	0	0	0

Sumber Data: (Diolah Peneliti, 2025)

Prasurvei dilakukan terhadap 30 responden untuk mengetahui mengenai kualitas produk pakaian bekas dan hubungannya dengan keputusan pembelian. Sebagian besar responden (83%) menyatakan pernah membeli pakaian bekas di Wike *Thrift* dan hampir seluruhnya (96%) mengakui pentingnya kualitas produk saat melakukan pembelian. Selain itu, aspek kondisi fisik seperti tidak rusak dan bebas noda menjadi pertimbangan utama dalam menilai kualitas.

Sebanyak 35% responden menyatakan pernah merasa kecewa terhadap pembelian pakaian bekas, yang umumnya disebabkan oleh kualitas produk yang

tidak sesuai. Meskipun demikian, minat untuk membeli ulang tetap tinggi, dengan lebih dari 85% responden berencana membeli pakaian bekas dalam enam bulan ke depan, dan menyatakan bahwa kualitas sangat memengaruhi keputusan pembelian merek, namun masih belum diketahui sejauh mana kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian konsumen di *Wike Thrift*.

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian, serta memperlihatkan potensi pasar yang kuat meskipun terdapat pengalaman negatif dari sebagian kecil konsumen. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian bekas (Studi Pada Toko *Wike Thrift* Kecamatan Batang Serangan)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (studi pada toko *Wike Thrift* Kecamatan Batang Serangan).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (studi pada toko *Wike Thrift* Kecamatan Batang Serangan).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dampak kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas, dan akan membantu memperluas pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, dan memperluas pemahaman tentang bagaimana konsumen menilai kualitas produk *thrift*, serta memberikan panduan bagi pemasar produk *thrift* untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat menetapkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan memanfaatkan analisis dan temuan penelitian, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk membangun teori yang lebih baik dan solusi yang lebih efisien dapat dikembangkan untuk mengatasi permasalahan kualitas produk.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dampak kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas pada toko Wike *Thrift* akan dibahas dalam penelitian ini dan membantu toko Wike *Thrift* dalam menentukan harga dan strategi pemasaran yang tepat, platform *thrift* untuk meningkatkan *user experience*, konsumen untuk menilai kualitas produk *thrift*, dan pembuat kebijakan untuk merumuskan regulasi yang mendukung industri *thrift*. Selain itu, peneliti lain dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan dalam penelitian mereka tentang masalah serupa.