

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena globalisasi saat ini merupakan sebuah fakta yang tidak bisa dihindari. Sosiolog asal Inggris, Anthony Giddens berpendapat globalisasi merupakan proses meningkatnya interaksi sosial dari tingkat lokal ke tingkat global, baik dalam jarak yang lebih jauh maupun lebih dekat antara tempat-tempat yang berbeda (dalam Maiwan, 2019). Anthony Giddens melihat globalisasi sebagai proses intensifikasi hubungan sosial yang terus-menerus dan mendunia, menghubungkan tempat yang terpisah sedemikian rupa dalam satu pengalaman dan dampak yang sama (Giddens, 2003).

Globalisasi memiliki sifat multidimensional, yakni berarti proses perubahan sosial yang terjadi bisa meliputi bidang ekonomi, sosial, budaya, politik, dan lingkungan hidup. Hadirnya globalisasi memungkinkan barang, jasa, informasi, teknologi, dan manusia bisa bergerak bebas ke seluruh dunia. Kemajuan teknologi, liberalisasi perdagangan, migrasi global, dan penyebaran budaya merupakan beberapa faktor yang mendukung proses globalisasi. Kemajuan teknologi, seperti internet dan transportasi udara memungkinkan informasi dan barang dapat dengan mudah dipindahkan ke seluruh dunia. Liberalisasi perdagangan membuka pasar dan memungkinkan produk dan jasa untuk dijual ke seluruh dunia tanpa hambatan. Migrasi global memungkinkan orang untuk bekerja atau menetap di negara yang berbeda-beda. Penyebaran budaya pada nilai-nilai global, memungkinkan terjadinya adopsi budaya. Budaya

yang ada di negara maju kini sangat mungkin terjadi di negara berkembang (Indonesia, 2019).

Adapun salah satu contoh dari adopsi budaya yakni *thrifting* (kegiatan membeli barang bekas di tempat khusus). Fenomena *thrifting* ini sudah ada sejak sekitar abad ke-19, saat era revolusi industri pertama. Produksi tekstil secara massal di Amerika Serikat membuat harga pakaian menjadi murah, menimbulkan pemikiran bahwa pakaian adalah barang sekali pakai. Mudah-mudahan memperoleh pakaian pada saat itu membuat masyarakat menjadi konsumtif dan limbah tekstil semakin menumpuk. Hal tersebut menghantarkan fenomena *thrifting* pada era toko amal atau *Charity Shop*. Salvation Army selaku lembaga swadaya masyarakat memfokuskan barang yang tidak terpakai tersebut dijadikan sebagai donasi dengan membangun *shelter* yang diberi nama *Salvage Bridge* (Fadila et al, 2023).

Hadirnya *shelter* ini berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat yang ingin menyumbangkan pakaian atau barang yang tidak terpakai lagi untuk didonasikan. Tahun 1920-an, Amerika Serikat mengalami krisis besar-besaran yang menyebabkan banyak masyarakat kehilangan pekerjaan dan tidak sanggup membeli pakaian baru. Sejak saat krisis tersebut, masyarakat menjadikan *thrift shop* sebagai alternatif untuk berbelanja kebutuhan sandang. Pada tahun 1990-an, *thrift* semakin populer karena pengaruh penyanyi kebangsaan Amerika Serikat yakni Kurt Cobain dan istrinya Courtney Love. Mereka mempromosikan *thrifting style* dengan menggunakan *ripped jeans*, *flanel shirt*, dan *layering* sebagai ciri khas. Model-model pakaian seperti *ripped jeans*, *flanel shirt* ini tidak tersedia di

retail, sehingga membuat masyarakat yang ingin mempunyai *style* mirip dengan idolanya mengharuskan mereka mencarinya langsung ke *thrift shop* (Gafara, 2019).

Membeli pakaian bekas sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan sandang diketahui sudah ada di Indonesia sejak lama. Budaya memakai pakaian bekas diperkirakan berasal dari kebiasaan impor negara-negara Barat yang mulai populer pada tahun 1990-an. Sumatra, Batam, Kalimantan, serta Sulawesi diperkirakan menjadi daerah perintis perdagangan pakaian bekas sebelum Jakarta (Hidayat, 2016). Melalui lima pelabuhan laut utama, yaitu Tanjung Priok (Jakarta), Tanjung Perak (Surabaya), Tanjung Emas (Semarang), Belawan (Sumatra Utara), dan Cikarang (Jawa Barat) pakaian bekas masuk secara tidak resmi. Adapun pelabuhan tikus atau jalur lain masuknya pakaian bekas yakni melalui pesisir timur Sumatra, Batam, dan Kepulauan Riau (Kristianus, 2023).

Selain *thrifting*, kegiatan membeli barang bekas layak pakai juga memiliki istilah lain yang beragam, seperti sebutan *monza* di Medan, *BJ* (bekas Jepang) di Bangka Belitung, *awul-awul* di Jakarta, *cakar (cap karung)*. Dari buku Gulfira (2016) adapun istilah serupa lainnya yakni :

- a. *Car boot sale* merupakan acara bagi para penjual untuk menawarkan barang-barang bekas milik mereka dengan menggunakan mobil pribadi.
- b. *Flea market* kegiatan menjual barang-barang bekas, antik, atau unik dengan harga terjangkau. Konsep acaranya mirip dengan *car boot sale*, akan tetapi tidak menggunakan mobil sebagai tempat berjualan. Biasanya *flea market* diadakan di lokasi terbuka, seperti lapangan, taman, atau tempat parkir.

c. *Preloved* diartikan sebagai barang yang telah dibeli dan digunakan beberapa kali sebelum dijual, barang yang pernah dibeli tetapi tidak pernah digunakan karena alasan tertentu, serta barang yang diberikan oleh orang lain namun tidak pernah digunakan. Maka, *preloved* merupakan kegiatan menjual barang bekas dari koleksi pribadi yang kondisinya masih bagus (Sihombing et al, 2021).

Pada komoditas pakaian, biasanya konsumen akan mencari pakaian dengan merek terkenal, seperti UNIQLO, H&M, GAP, dan lainnya (Laksana, 2023). Salah satu hasil penelitian tentang pakaian bekas mengungkapkan, bahwa pembelian pakaian bekas dipengaruhi oleh empat faktor, yakni disebabkan oleh gaya hidup, pekerjaan, kualitas dan harga (Russanti & others, 2021).

Maraknya pemakaian pakaian bekas di Indonesia dinilai membawa dampak negatif. Pertama, berdampak pada lingkungan karena jika pakaian bekas yang diterima dalam *ballpress* memiliki kualitas buruk atau rusak, maka akan berakhir di TPA dan menambah jumlah limbah. Kedua, *thrifting* dinilai menimbulkan kerugian bagi pendapatan negara dan mengancam pasar domestik apabila ditinjau dari segi ekonomi. Ketiga, pakaian-pakaian bekas ini juga dinilai mengancam kesehatan karena dapat menyebabkan gangguan pencernaan, gatal-gatal, dan infeksi pada saluran kelamin dari bakteri *staphylococcus aureus*, bakteri *escherichia coli (e-coli)*, dan jamur kapang (Supriyatna, 2019). Selain dampak negatif, adapun dampak positif dari *thrifting* yakni, menghemat biaya karena harga yang ditawarkan relatif lebih murah daripada harga pakaian di toko. Memberikan pengalaman aktivitas berbelanja yang unik sebab melewati kegiatan mencari pakaian dalam tumpukan pakaian. Turut

menyelamatkan lingkungan lewat penerapan konsep *reuse* dan tidak membeli pakaian dari industri *fast fashion* (Setiawati, 2023).

Thrifting kini semakin populer di segala kalangan karena didukung dengan berkembangnya *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang semakin memperkuat tren *thrift* saat ini. Pemakaian oleh *influencer*, penggunaan promosi yang menarik, dan banyaknya ulasan positif dari penikmat *thrifting* juga mendasari minat seseorang untuk membeli pakaian dari pasar *thrift*. Saat ini berbelanja pakaian bekas bukan lagi hal yang tabu, hal ini dapat dilihat dengan hadirnya penjual *thrift* di *marketplace*, pasar, hingga toko khusus yang menjual pakaian bekas (*thrift shop*). Penulis juga mendapati bahwa saat ini fenomena *thrifting* telah hadir di Kota Lhokseumawe.

Kota Lhokseumawe merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Aceh, Indonesia. Kota ini berada persis di tengah-tengah jalur timur Sumatra. Sebagian besar masyarakat yang tinggal di Kota Lhokseumawe bekerja sebagai karyawan/ pegawai dan berdagang. Adapun pusat perbelanjaan (*shopping center*) Kota Lhokseumawe terletak di Pasar Sayur Kota. Penjual pakaian bekas juga dapat dengan mudah dijumpai di pasar tersebut. Mona (20 tahun) selaku pelaku usaha *thrift* menyatakan bahwa, fenomena *thrifting* di Kota Lhokseumawe sudah ada sejak lama dan kembali populer pada awal tahun 2022. *Thrift* diminati karena model pakaiannya yang didapat unik, bahannya bagus, *branded*, dan harganya lebih murah daripada di toko asal. Satu *ballpress* pakaian bekas yang dijual tiap bulannya menghasilkan untung hingga puluhan juta.

Hal serupa juga disampaikan oleh Safina (20 tahun) karyawan toko nge Thrift, bahwa bertambahnya pelaku *thrifting* dikarenakan peminat pakaian jenis

crewneck dan celana berbahan *corduroy* yang kerap dipakai oleh *influencer* sebagai *Outfit of The Day (OOTD)* semakin banyak. Selain toko Home Thrift dan nge Thrift, penulis mendapati pelaku usaha yang menjual pakaian bekas di Kota Lhokseumawe dan memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media penjualan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pakaian bekas, diperoleh informasi bahwa dalam satu hari ada 1 sampai 3 potong pakaian yang terjual. Adapun latar belakang konsumen berasal dari kalangan ibu rumah tangga, mahasiswa dan karyawan.

Aktivitas dan pola interaksi yang kalangan masyarakat lakukan saat membeli pakaian bekas disebut dengan sistem sosial dalam disiplin ilmu Antropologi. Sistem sosial dan budaya saling terkait erat. Adapun budaya, mencakup nilai-nilai, norma, kepercayaan, dan praktik-praktik yang dianut oleh anggota masyarakat. Dalam konteks *thrifting*, penelitian ini ingin memperoleh pemahaman tentang nilai-nilai dan norma-norma yang mengarahkan individu atau kelompok dalam memilih *thrifting*. Dalam rangka untuk memahami nilai dan sistem sosial dalam ilmu Antropologi dengan *thrifting*, maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji fenomena ini.

Adapun hal yang dikaji yakni, motif yang mendasari masyarakat membeli pakaian bekas, serta pola perilaku masyarakat Kota Lhokseumawe yang terbentuk setelah melakukan *thrifting* dengan kajian Antropologi. Adapun pendekatan yang penulis gunakan untuk mengkaji fenomena ini yakni pendekatan kualitatif jenis fenomenologi. Alasan penulis memilih jenis ini, agar penulis bisa mendapatkan pemahaman, gambaran, dan pengalaman dari masyarakat Kota Lhokseumawe yang melakukan *thrifting*. Maka dari itu, penulis ingin melakukan kajian karya

tulis ilmiah yang diberi judul *Thriftling* di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thriftling* di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa motif yang mendasari masyarakat Kota Lhokseumawe melakukan *thriftling*?
2. Bagaimana pola perilaku *thriftling* yang dipraktekan oleh masyarakat Kota Lhokseumawe?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menemukan motif yang mendasari masyarakat Kota Lhokseumawe melakukan *thriftling*.
2. Untuk menggambarkan pola perilaku *thriftling* yang dipraktekan oleh masyarakat Kota Lhokseumawe.

1.4. Manfaat Penelitian

Adanya hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, di antaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pengayaan materi budaya populer tentang pengaruh budaya pada individu dan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah untuk penetapan peraturan terkait larangan pakaian bekas di Kota Lhokseumawe.
- b. Bagi penjual pakaian bekas, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang preferensi pakaian konsumen, target pasar, dan motivasi konsumen membeli pakaian bekas. Sehingga penjual dapat mengoptimalkan permintaan pakaian dan menyusun strategi pemasaran dengan tepat.
- c. Bagi pembeli pakaian bekas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi jenis pakaian yang sedang populer, hingga tips dan cara merawat pakaian.