

***Thriftling* di Kota Lhokseumawe :**  
**Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thriftling* di Masyarakat**  
**Kecamatan Banda Sakti**

**SKRIPSI**



**universitas**  
**MALIKUSSALEH**

**OLEH :**

**RAGIL NUR RAHMALIA**  
**NIM. 190230054**

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI**  
**JURUSAN ANTROPOLOGI DAN SOSIOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MALIKUSSALEH**  
**2024**



***Thrifting* di Kota Lhokseumawe :**  
**Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thrifting* di Masyarakat**  
**Kecamatan Banda Sakti**

Oleh :

**RAGIL NUR RAHMALIA**  
**NIM. 190230054**

Telah dipertahankan di depan penguji  
pada tanggal 9 Januari 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Pembimbing

**Dr. Abdullah Akhyar Nasution, S.Sos., M.Si**  
**NIP.19790702 200604 1 013**

PENGUJI:

**1. Teuku Kemal Fasya, S.Ag., M.Hum** : .....

**2. Iromi Ilham, S.Pd.I., M.A** : .....

Bukit Indah, 24 Januari 2024  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Antropologi dan Sosiologi



**Dr. Abdullah Akhyar Nasution, S.Sos., M.Si**  
**NIP.19790702 200604 1 013**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ragil Nur Rahmalia  
NIM : 190230054  
Program Studi : Antropologi  
Jurusan : Antropologi dan Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Perguruan Tinggi : Universitas Malikussaleh

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar dibuat oleh penulis sendiri dan orisinal, belum pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam skripsi ini semua atau sebagian isinya terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dapat dicabut/dibatalkan serta dapat diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat persyaratan ini dibuat dan ditandatangani dalam keadaan sadar tanpa tekanan paksaan oleh siapapun.

Bukit Indah, 24 Januari 2024

Yang Menyatakan,



2000  
REPUBLIK INDONESIA  
20  
METEKA  
TEMPER  
IACAUX679956388

Ragil Nur Rahmalia  
NIM. 190230054

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***Thrifting di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Thrifting di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti.***

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana S1. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penulisan skripsi ini, tetapi *alhamdulillah* dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Bukit Indah, 24 Januari 2024

Penulis

Ragil Nur Rahmalia

## UCAPAN TERIMA KASIH

Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Herman Fithra, ST., M.T., IPM., ASEAN Eng,** selaku Rektor Universitas Malikussaleh.
2. Bapak **Dr. M. Nazaruddin, S.S., M.Si,** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh.
3. Bapak **Dr. Abdullah Akhyar Nasution, S.Sos., M.Si,** selaku Ketua Jurusan Antropologi dan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh dan Dosen Pembimbing penulis yang sudah membimbing dan mengarahkan penulis selama penulisan proposal hingga skripsi ke arah perbaikan.
4. Bapak **Ade Ikhsan Kamil, S.Pd.I., M.A,** selaku Ketua Program Studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh.
5. Bapak **Iromi Ilham, S.Pd.I., M.A,** selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama di Program Studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, serta staf di Program Studi Antropologi yang telah memberikan banyak pengalaman, ilmu, serta membantu penulis dalam mengurus administrasi selama perkuliahan di

Universitas Malikussaleh.

7. Penghargaan yang tak ternilai penulis ucapkan terima kasih kepada Ibunda Poniani, Ayah Rusdi, dan saudara kandung penulis yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan doa tulusnya.
8. Teman-teman selama masa perkuliahan yang telah memberi doa, semangat, serta waktu untuk bertukar pikiran dengan penulis. Khususnya anggota Funtastic 4, Liza, Dessy, dan Rosi.
9. Kepada informan dan pihak-pihak yang telah membantu penulis selama penelitian dan penulisan skripsi.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bukit Indah, 24 Januari 2024

Penulis

Ragil Nur Rahmalia

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika program studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ragil Nur Rahmalia  
NIM : 190230054  
Program Studi : Antropologi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

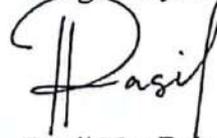
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada program studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul ***Thrifting di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Thrifting di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti*** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini kepada program studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Bukit Indah

Pada tanggal: 24 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Ragil Nur Rahmalia

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....   | i    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....  | ii   |
| <b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                                   | iii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | iv   |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....   | v    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....                        | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | viii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | ix   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | x    |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | xi   |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | xii  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....  | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....   | 7    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....   | 7    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....  | 7    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | 9    |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....  | 9    |
| 2.2. Perspektif Teoretis .....   | 14   |
| 2.2.1. Fenomenologi .....  | 14   |
| 2.2.2. Teori Perilaku Konsumen .....   | 17   |
| 2.2.3. <i>Thrifting</i> .....  | 22   |
| 2.2.4. Nilai dan Perilaku Konsumen dalam Melakukan <i>Thrifting</i> .....    | 24   |
| 2.3. Alur Pikir Penelitian .....   | 25   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                                       | 26   |
| 3.1. Lokasi Penelitian .....   | 26   |
| 3.2. Pendekatan Penelitian .....   | 26   |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data .....   | 27   |
| 3.4. Teknik Analisis Data .....  | 30   |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                                     | 32   |
| 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                   | 32   |
| 4.1.1. Sejarah Kecamatan Banda Sakti .....                                   | 32   |
| 4.1.2. Profil Kecamatan Banda Sakti .....                                    | 34   |
| 4.1.3. Letak Geografis Kecamatan Banda Sakti .....                           | 39   |
| 4.1.4. Kondisi Demografi Kecamatan Banda Sakti .....                         | 43   |
| 4.1.5. Perekonomian Masyarakat Kecamatan Banda Sakti .....                   | 44   |
| 4.1.6. Kondisi Sosial Budaya Masyarakat Kecamatan Banda Sakti .....          | 47   |
| 4.1.7. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Banda Sakti .....                   | 48   |
| 4.2. <i>Thrifting</i> di Kota Lhokseumawe .....                              | 51   |
| 4.2.1. Sejarah <i>Thrifting</i> di Kota Lhokseumawe .....                    | 51   |
| 4.2.2. Motif Masyarakat Melakukan <i>Thrifting</i> di Kota Lhokseumawe ..... | 65   |
| 4.2.3. Pola Perilaku <i>Thrifting</i> Masyarakat di Kota Lhokseumawe .....   | 78   |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....   | 85   |
| 5.1. Kesimpulan .....  | 85   |
| 5.2. Saran .....   | 86   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | 88   |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1. Alur Pikir Penelitian.....  | 25 |
| Gambar 4.1. Tugu Rencong di Kota Lhokseumawe .....  | 32 |
| Gambar 4.2. Peta Wilayah Kecamatan Banda Sakti .....  | 40 |
| Gambar 4.3. Pantai Ujong Blang .....  | 41 |
| Gambar 4.4. Tugu di Jalan Masuk Kota Lhokseumawe .....  | 42 |
| Gambar 4.5. Jembatan Loskala .....  | 42 |
| Gambar 4.6. PPI <i>Gampong</i> Pusong Lama .....  | 43 |
| Gambar 4.7. Proses Pembuatan Ikan Asin Oleh Masyarakat Pesisir.....   | 45 |
| Gambar 4.8. Jenis Usaha di Kecamatan Banda Sakti .....  | 46 |
| Gambar 4.9. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis<br>Kelamin di Kecamatan Banda Sakti .....                                   | 48 |
| Gambar 4.10. Kantor Camat Banda Sakti .....   | 49 |
| Gambar 4.11. Lokasi <i>Thrifting</i> di Pasar Sayur Kota.....   | 52 |
| Gambar 4.12. Paketan Pakaian <i>Thrift</i> di <i>Marketplace</i> .....  | 55 |
| Gambar 4.13. Foto <i>Ballpress</i> Milik Toko nge-Thrift.....   | 57 |
| Gambar 4.14. Momen Bersama Ida, Mila, dan Ai yang Mengetahui Informasi<br><i>Thrifting</i> di Kota Lhokseumawe dari Orang Terdekat..... | 64 |
| Gambar 4.15. Tampilan Penjualan Pakaian <i>Thrift</i> .....   | 67 |
| Gambar 4.16. Pakaian <i>Thrift Branded</i> .....  | 72 |
| Gambar 4.17. Pakaian Jenis <i>Sweater</i> .....   | 74 |
| Gambar 4.18. Pengunjung Memilih Pakaian .....   | 75 |
| Gambar 4.19. Pakaian <i>Thrift</i> Bermerek .....   | 77 |
| Gambar 4.20. Pakaian Jenis <i>Sweater</i> dan <i>Hoodie</i> di Toko nge-Thrift.....   | 77 |
| Gambar 4.21. Motif Masyarakat Melakukan <i>Thrifting</i> .....  | 79 |
| Gambar 4.22. Penulis Bersama Pengunjung di Pasar Sayur Kota .....   | 80 |
| Gambar 4.23. <i>Thrift Shop Premium</i> by.maikha.id.....   | 80 |
| Gambar 4.24. Penggunaan Pakaian <i>Thrift</i> Sebagai <i>Outfit of The Day</i> .....  | 84 |

## DAFTAR TABEL

|            |   | Halaman |
|------------|---|---------|
| Tabel 2.1. | Penelitian Terdahulu  | 12      |
| Tabel 2.2. | Kebaruan Kajian   | 13      |
| Tabel 4.1. | Nama Kepala Desa di Kecamatan Banda Sakti   | 39      |
| Tabel 4.2. | Nama dan Luas <i>Gampong</i> di Kecamatan Banda Sakti                                   | 39      |
| Tabel 4.3. | Jumlah dan Kepadatan Penduduk di Kecamatan Banda Sakti                                  | 43      |
| Tabel 4.4. | Komposisi Potensi Sumber Daya Perikanan   | 45      |
| Tabel 4.5. | Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut Menurut Kecamatan Banda Sakti                     | 47      |
| Tabel 4.6. | Jumlah Fasilitas Sekolah Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Banda Sakti Tahun 2021 | 49      |
| Tabel 4.7. | Jenis Sarana Kesehatan di Kecamatan Banda Sakti   | 50      |
| Tabel 4.8. | Jumlah Tempat Peribadatan Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Banda Sakti               | 51      |

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Thriftifing* di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thriftifing* di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti. Fenomena membeli pakaian bekas atau yang dikenal dengan sebutan *thriftifing* belakangan ini kegiatan kembali populer di berbagai kalangan, baik muda maupun tua. Penelitian ini mengkaji tentang nilai-nilai yang ada dalam *thriftifing* untuk mengetahui apa motif yang mendasari masyarakat Kota Lhokseumawe melakukan *thriftifing* dan bagaimana pola perilaku *thriftifing* yang dipraktikkan oleh masyarakat Kota Lhokseumawe.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe dan berfokus pada tiga tempat yang menjual pakaian bekas (*thrift shop*) yakni Pasar Sayur Kota, toko nge-Thrift, dan Thrift Shop Premium by.maikha.id. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi literatur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan membeli pakaian bekas atau yang dikenal dengan sebutan *thriftifing* di Kota Lhokseumawe telah ada sejak tahun 1990-an. Pada proses pengadaan barang, ditemukan adanya dua jenis modal yang digunakan oleh penjual yakni modal paketan dan modal *ballpress*. Penyebaran informasi tentang adanya *thriftifing* di kalangan masyarakat Kota Lhokseumawe bermula dari keluarga dan teman. Pada penelitian ini penulis mengklasifikasikan konsumen berdasarkan kelompok umur menjadi dua, yakni kelompok remaja dan kelompok dewasa. Adapun klasifikasi konsumen berdasarkan latar belakang ekonomi dan pendidikan yakni, kelompok ekonomi menengah ke bawah, kelompok ekonomi menengah ke atas, dan pelajar/mahasiswa. Alasan masyarakat Kota Lhokseumawe mau melakukan *thriftifing* yakni disebabkan adanya motif ekonomi, motif kualitas, motif merek, dan motif model pakaian. Dalam praktek jual beli pakaian bekas (*thriftifing*) penulis juga menemukan beberapa pola perilaku masyarakat Kota Lhokseumawe yang terbentuk, di antaranya pola memilih *thrift shop*, pola memilih jenis barang *thrift*, pola memperlakukan jenis barang *thrift*, pola mengonsumsi/menggunakan pakaian *thrift*, dan pola perlakuan terhadap barang *thrift* yang tidak layak dipakai lagi.

**Kata kunci : *thriftifing*, motif konsumen, pola perilaku**

## **ABSTRACT**

*This research is entitled *The Thrifting Phenomenon in Lhokseumawe City (Phenomenological Study Related to Thrifting Behavior in the Community of Banda Sakti District)*. The phenomenon of buying used clothes or known as thrifting has recently become popular again in various circles, both young and old. This research examines the values that exist in thrifting to find out what the motives underlie the people of Lhokseumawe City to do thrifting and how the pattern of thrifting behavior practiced by the people of Lhokseumawe City.*

*This research was conducted in Banda Sakti District, Lhokseumawe City and focused on three places that sell used clothes (thrift shop) namely Pasar Sayur Kota, nge-Thrift shop, and Thrift Shop Premium by.maikha.id. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. The data collection techniques used are observation, interviews, and literature studies.*

*The results of this study show that the activity of buying used clothes or known as thrifting in Lhokseumawe City has existed since the 1990s. In the process of procuring goods, there are two types of capital used by sellers, namely package capital and ballpress capital. The spread of information about thrifting among the people of Lhokseumawe City began with family and friends. In this study, the authors classify consumers based on age groups into two, namely the youth group and the adult group. The classification of consumers based on economic and educational backgrounds, namely, lower middle economic groups, upper middle economic groups, and students. The reason why people in Lhokseumawe City want to do thrifting is due to economic motives, quality motives, brand motives, and clothing model motives. In the practice of buying and selling used clothing (thrifting), the author also finds several patterns of behavior of the people of Lhokseumawe City that are formed, including patterns of choosing thrift shops, patterns of choosing types of thrift goods, patterns of treating types of thrift goods, patterns of consuming/using thrift clothing, and patterns of treatment of thrift goods that are no longer suitable for use.*

***Key words : thrifting, consumer motives, behavior patterns***

# **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. Mudahnya 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).

*Thrift* 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 *Thrifting* di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thrifting* 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 *thrifting*?
2. Bagaimana pola perilaku *thrifting* yang dipraktikkan 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 *thrifting*.
2. Untuk menggambarkan pola perilaku *thrifting* yang dipraktikkan 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.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian para peneliti terdahulu. Adapun penelitian yang telah dilakukan sebelumnya akan dijadikan sebagai rujukan dan perbandingan dalam melaksanakan penelitian ini. Hasil-hasil penelitian yang dijadikan sebagai rujukan dan perbandingan, antara lain penelitian dari Ulfa (2022), Ristiani et al (2022), Adji & Claretta (2021), Dian & Ardhiyansyah (2021), dan Diana (2019).

Studi pertama dilakukan oleh Ulfa (2022), mahasiswa Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Skripsi dengan judul “Studi Netnografi pada *Trend Thrifting* Produk *Fashion* di Instagram”, mengkaji alasan yang membuat *thrifting* menjadi populer di Instagram dan apa faktor penyebab konsumen memilih untuk membeli baju bekas dibandingkan dengan baju baru. Adapun hasil dari studi yang dilakukan Ulfa, tren *thrifting* menjadi populer di media Instagram dikarenakan adanya dorongan gaya hidup masyarakat untuk terlihat menarik dengan menggunakan pakaian yang bagus, murah, dan *branded*. Studi ini juga menemukan bahwa faktor budaya, kelas sosial dan lingkungan hidup merupakan bagian yang dapat menggeser pola konsumsi dari baju baru menuju baju bekas. Pendekatan pada kedua studi memakai pendekatan penelitian yang sama yakni kualitatif, sedangkan perbedaannya terdapat pada jenis dan teknik pengumpulan data. Studi Ulfa menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi melalui jaringan sosial *online*, sedangkan penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data

melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen.

Studi kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Ristiani et al (2022), mahasiswa jurusan Sosiologi, Fakultas ISIP, Universitas Lampung. Studi ini berjudul “Fenomena *Thrifting Fashion* di Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Lampung”. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung. Terdapat 9 informan dalam studi ini, 8 di antaranya adalah mahasiswa sedangkan 1 orang adalah pemilik usaha *thrift*. Studi ini berfokus pada fenomena *thrifting fashion* di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pemikiran konsumerisme dari Jean Baudrillard sebagai landasan teori. Hasil studi ini menemukan bahwa terdapat lima alasan mahasiswa melakukan *thrifting* yaitu harga, kualitas, *brand*, model pakaian, hiburan, dan ekologi. Adapun dampak positif dan negatif yang peneliti dapati dari perilaku *thrifting*, yakni dampak positif dari *thrifting fashion* meliputi hemat, peduli terhadap lingkungan, dan dapat menjadi peluang usaha, sedangkan dampak negatif yaitu menimbulkan sikap konsumtif, berdampak pada kesehatan, dan cenderung mengeluarkan banyak waktu serta tenaga. Adapun yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yakni terletak pada lokasi dan waktu penelitian. Jika pada penelitian terdahulu berlokasi di Kota Bandar Lampung pada masa Covid-19, penelitian yang penulis lakukan akan membahas tentang fenomena *thrifting* di Kota Lhokseumawe pada pasca pandemi Covid-19.

Studi ketiga dilakukan oleh Adji & Claretta (2022), mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas ISIP, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Studi ini berjudul “Fenomena *Thrift Shop* di Kalangan Remaja : Studi Fenomenologi tentang *Thrift Shop* di Kalangan Remaja Surabaya”. Studi

Adji & Claretta berfokus pada interpretasi dan motivasi remaja Surabaya mengenai fenomena *Thrift Shop*. Studi ini menemukan remaja di Kota Surabaya tertarik untuk menggunakan pakaian dari *thrift shop* guna menunjang gaya berpakaian. Barang yang dijual di *thrift shop* memiliki harga relatif murah, selain itu dengan berbelanja di *thrift shop* para remaja bisa mendapatkan barang-barang atau pakaian yang bagus, *limited edition*, dan *branded*.

Studi keempat dilakukan oleh Dian & Ardhiyansyah (2021), mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra. Studi yang berjudul “Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Minat Beli Baju Bekas” dilakukan pada tahun 2021. Studi ini mengkaji tentang hubungan *Korean Wave* terhadap minat beli produk barang bekas, khususnya pakaian bekas. Hasil studi Dian & Ardhiyansyah menunjukkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh terhadap minat beli produk baju bekas. Berdasarkan hasil penelitian, para remaja memilih baju bekas agar terlihat lebih modis dengan gaya klasik. Minat beli produk baju bekas juga didasarkan akan kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan tren terkini guna memiliki gaya yang mirip dengan idolanya. Adapun metode penelitian yang Dian & Ardhiyansyah digunakan berupa tinjauan pustaka yang bersumber dari beberapa buku, majalah, dan jurnal pada Google Scholar.

Studi kelima dilakukan oleh Diana (2019), mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Riau. Studi dengan judul “Perdagangan Pakaian Bekas Impor Mengapa Masih Marak Terjadi?” dilakukan pada tahun 2019 di Kota Pekanbaru. Hasil studi menunjukkan bahwa pakaian bekas merupakan alternatif masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sandang karena harganya yang murah. Pakaian dengan label-label tertentu juga menjadi alasan masyarakat secara berkelanjutan

membeli pakaian bekas agar memperoleh citra selayaknya golongan ekonomi atas. Maraknya perdagangan pakaian bekas impor ini juga dikarenakan lemahnya penegakan hukum, kondisi geografis yang strategis, serta kurangnya perhatian pemerintah setempat. Berikut adalah potret kajian studi terdahulu dalam bentuk tabel :

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti        | Lokasi              | Fokus  | Temuan   |
|----|-----------------|---------------------|--|--|
| 1  | Ulfa            | Media Instagram     | Berfokus pada fenomena berbelanja pakaian bekas impor di media sosial Instagram dengan jenis penelitian netnografi   | <i>Thrifting</i> menjadi populer di media Instagram dikarenakan tingkat gaya hidup masyarakat ingin terlihat menarik dengan menggunakan pakaian yang masih layak pakai, murah, dan dari <i>brand</i> ternama. Beberapa faktor yang menggeser pola konsumsi dari baju baru menuju baju bekas, di antaranya faktor budaya, kelas sosial dan lingkungan hidup   |
| 2  | Ristiani et al  | Kota Bandar Lampung | Berfokus pada <i>thrifting fashion</i> di masa pandemi Covid-19 pada kalangan mahasiswa Universitas Lampung dengan menggunakan teori konsumerisme Jean Baudrillard | Ada lima alasan mahasiswa melakukan <i>thrifting</i> yaitu harga, kualitas, <i>brand</i> , model pakaian, kesenangan dan lingkungan. Dampak positif dari <i>thrifting</i> yaitu hemat, peduli terhadap lingkungan, dan dapat menjadi peluang usaha. Dampak negatif yaitu menimbulkan sikap konsumtif, berpotensi membawa wabah penyakit, dan menguras tenaga |
| 3  | Adji & Claretta | Kota Surabaya       | Berfokus pada fenomena berbelanja pakaian  | Kalangan remaja tertarik untuk berbelanja serta menggunakan pakaian  |

|   |                     |                      |   |  |
|---|---------------------|----------------------|---|--|
|   |                     |                      | bekas impor kalangan remaja Kota Surabaya dengan menggunakan paradigma fenomenologi Alferd Schutz                     | <i>thrift shop</i> guna menunjang gaya berpakaian. Barang yang dijual di <i>thrift shop</i> memiliki harga relatif murah, selain itu dengan berbelanja di <i>thrift shop</i> para remaja bisa mendapatkan barang-barang atau pakaian yang bagus, langkah ( <i>limited edition</i> ), dan <i>branded</i>                      |
| 4 | Dian & Ardhiyansyah | Media Google Scholar | Memusatkan perhatian pada pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap minat beli produk barang bekas khususnya pakaian bekas | <i>Korean Wave</i> berpengaruh, karena dinilai klasik, <i>trendy</i> , dan membantu para remaja untuk mengimitasi gaya idola   |
| 5 | Diana               | Kota Pekanbaru       | Mengkaji tentang faktor yang mempengaruhi pakaian bekas tetap hadir di Kota Pekanbaru                                 | Hasil studi menunjukkan bahwa pakaian bekas dijadikan alternatif kebutuhan sandang dan dianggap memberikan citra bagi pemakainya berdasarkan merek yang dipakai. Beberapa faktor maraknya perdagangan pakaian bekas impor dikarenakan lemahnya penegakan hukum, kondisi geografis, serta kurangnya perhatian dari pemerintah |

Sumber : Data Olahan Pribadi

*State of the art* atau novelty (kebaruan) dari studi yang akan dilakukan ini terdeskripsikan dalam tabel berikut :

**Tabel 2.2. Kebaruan Kajian**

| No | Peneliti           | Lokasi           | Fokus   | Kebaruan Kajian                            |
|----|--------------------|------------------|---|--|
| 1  | Ragil Nur Rahmalia | Kota Lhokseumawe | Berfokus untuk menggali fenomena <i>thrifting</i> di kalangan | 1. Faktor apa yang mendasari masyarakat di |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
|  |  |  | masyarakat Kota Lhokseumawe dengan menggunakan teori perilaku konsumen | Kota Lhokseumawe melakukan <i>thrifting</i><br>2. Bagaimana pola perilaku masyarakat Kota Lhokseumawe memperlakukan barang <i>thrifting</i> |
|--|--|--|--|---|

## 2.2. Perspektif Teoretis

### 2.2.1. Fenomenologi

Pada awalnya, istilah fenomenologi diperkenalkan oleh J.H. Lambert pada tahun 1764 untuk merujuk pada Teori Kebenaran. Setelah itu, istilah ini mengalami perluasan dalam pengertiannya. Menurut Kockelmans, penggunaan fenomenologi dalam filsafat dimulai pada tahun 1765, kadang-kadang ditemukan dalam karya-karya Immanuel Kant, dan kemudian didefinisikan secara teknis oleh Hegel. Menurut Hegel, fenomenologi berkaitan dengan pengetahuan yang muncul dalam kesadaran, ilmu yang menjelaskan apa yang dipahami oleh seseorang dalam kesadaran dan pengalamannya. Fenomenologi diperkenalkan secara mendalam sebagai sebuah disiplin filsafat untuk pertama kalinya oleh Edmund Husserl (1859-1938), sehingga Husserl sering dianggap sebagai Bapak Fenomenologi. Filsafatnya mendapatkan popularitas yang signifikan sekitar tahun 1950-an. Sasaran utama dari filsafat ini adalah memberikan dasar agar filsafat bisa berfungsi sebagai ilmu yang murni dan mandiri. Bagi Husserl, fenomenologi merupakan kajian filosofis yang melukiskan segala bidang pengalaman manusia. Setelah Husserl, perkembangan fenomenologi melibatkan berbagai pemikir, termasuk Morleau-Ponty, Alfred Schutz, Peter L. Berger, Thomas Luckmann, dan Cresswell (Hamzah, 2020).

Alfred Schutz menyatakan bahwa fenomenologi merupakan perilaku individual yang terbentuk berdasar pada tindakan. Tindakan dapat didefinisikan sebagai makna subjektif yang berkaitan dengan individu yang lain dalam konteks perilaku sosial. Terdapat beragam realitas termasuk mimpi dan ketidaknormalan, tetapi realitas yang tertinggi adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif (*life world*). Creswell mendefinisikan pendekatan fenomenologi adalah cara untuk memahami dan menggambarkan pengalaman manusia yang subjektif. Hal ini dilakukan melalui pengumpulan data tentang pengalaman individu dan analisis deskriptif atas data tersebut. Pendekatan fenomenologi mencoba untuk memahami esensi dari pengalaman individu, dan kemudian menjelaskannya dengan cara yang terperinci dan komprehensif. Pendekatan fenomenologi Creswell, mengharuskan peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan pengamatan. Data tersebut dianalisis melalui pendekatan deskriptif dan interpretatif yang berfokus pada bagaimana individu mempersepsikan dan memberikan makna pada pengalaman mereka (Creswell, 2007).

Secara etimologis kata fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yakni, *phainomenon* dan *logos*. *Phainomenon* memiliki arti tampak dan memperlihatkan, sedangkan *logos* berarti kata, ucapan, rasio, dan pertimbangan. Fenomena pada dasarnya adalah realitas yang disadari dan dimasukkan ke dalam pemahaman manusia. Ini berarti bahwa suatu objek hanya dapat dianggap ada ketika ada hubungan dengan kesadaran manusia. Maka, secara umum fenomenologi merupakan kajian yang bertujuan untuk menelaah dan mendeskripsikan sebuah fenomena sebagaimana fenomena tersebut dialami secara langsung oleh

manusia dalam hidupnya sehari-hari. Hadirnya fenomenologi pada tahun 1900-an dipelopori oleh Edmund Husserl dalam tulisannya yang berjudul *Logical Investigations*. Husserl berpendapat fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan untuk mengungkapkan sesuatu yang nyata dengan apa adanya, disebutkan juga bahwa fenomenologi merupakan ilmu tentang kesadaran, segala sesuatu yang ditangkap oleh kesadaran manusia berhak untuk diterima sebagai fenomena dan layak untuk diakui. Secara sederhana, fenomena murni mencakup semua pengalaman manusia, termasuk aspek fisik dan non-fisiknya. (Hamzah, 2020).

Husserl meyakini bahwa fenomena murni hanya terdapat pada dan dapat diamati oleh kesadaran murni atau *pure consciousness*. Menurut Husserl kesadaran murni adalah kesadaran yang bebas dari asumsi, keyakinan, dan pengetahuan yang terbentuk dari proses interaksi dengan dunia dan hanya kesadaran murni inilah yang mampu melihat fenomena apa adanya. Proses untuk menyimpan atau mengisolasi asumsi, keyakinan dan pengetahuan sehari-hari yang dapat mempengaruhi pemahaman dan makna sebuah fenomena sebagai fenomenologi reduksi. Husserl percaya bahwa hanya melalui proses reduksi, seseorang akan mampu mencapai fenomena murni. Proses reduksi tersebut Husserl istilahkan sebagai *bracketing*. Husserl menggunakan kata *bracketing* untuk menekankan bahwa tujuan utama fenomenologi adalah untuk mengisolasi sementara dan bukan untuk menghilangkan asumsi, keyakinan dan pengetahuan (Husserl, 2012).

Adapun pokok-pokok pikiran Husserl mengenai fenomenologi, yakni :

1. Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak.

2. Tidak ada batas antara subjek dengan realitas.
3. Kesadaran bersifat internasional.
4. Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (noesis) dengan objek yang tersadari (noema).

Fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan atau pengalaman seseorang akan suatu peristiwa maupun objek dalam keadaan sadar. Dari kesadaran tentang apa yang dirasakan, diketahui, dan dialami oleh individu hal tersebut kemudian disebut sebagai fenomena (Hadi et al, 2021). Pada studi fenomenologi ada dua hal utama yang menjadi fokus dalam penelitian yakni :

- a. *Textural description* : apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat faktual, dan hal yang terjadi secara empiris.
- b. *Structural description* : bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan, serta respon subjektif lainnya dari subjek penelitian yang berkaitan dengan pengalamannya.

### **2.2.2. Teori Perilaku Konsumen**

Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen. Teori merupakan landasan keilmuan yang digunakan untuk membahas masalah.

#### **a. Definisi Perilaku Konsumen**

Perilaku adalah proses bertindak yang nyata yang ditunjukkan dan terwujud dapat dilihat dan dapat dipahami, sedangkan konsumen adalah individu yang membeli dan menggunakan barang atau jasa dari produsen (KBBI, 2023). Berikut ini adalah definisi perilaku konsumen dari beberapa ahli, di antaranya :

1. Schiffman dan Kanuk (2012) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai *“the term consumer behavior refers to the behavior that consumer display in searching for purchasing, using evaluating and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs”*. Istilah perilaku konsumen merujuk pada perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk dan jasa yang diharapkan akan memenuhi kebutuhan mereka.
2. Solomon (2007) berpendapat bahwa *“it is study of the processes involved when individuals or group select, purchase, use, or dispose of product, services, ideas, or experience to satisfy needs and desire”*. Perilaku konsumen merupakan studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.
3. Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa *“consumer behaviour is the study of how individuals, groups and organisations select, buy, use and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”*. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.
4. Daryanto & Setyobudi (2014) perilaku konsumen merupakan keilmuan yang membahas tentang bagaimana orang bertindak untuk membeli dan menghabiskan nilai guna dari berbagai produk dan layanan.

5. Razak (2016) berpendapat perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai studi yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Aktivitas perilaku konsumen dapat kita lihat dari cara individu dalam pencarian, pengevaluasian, pemerolehan, pengonsumsi dan penghentian pemakaian barang atau jasa.

Terdapat tiga teori terkait perilaku konsumen, di antaranya teori ekonomi, teori psikologi, serta teori sosiologi dan Antropologi (Sari, 2023). Sosiologi dan Antropologi merupakan salah satu teori pendekatan yang ada pada aspek perilaku konsumen karena dinilai dapat memberi pemahaman yang komprehensif. Maka, berkenaan dengan hal tersebut penulis menilai teori perilaku konsumen dapat membantu menjelaskan dan memberikan jawaban masalah terkait fenomena *thrifting* yang kini terjadi.

#### **b. Faktor Keputusan Konsumen**

Dalam kehidupan sehari-hari, seringkali kita dihadapkan pada pilihan untuk membeli barang untuk pemenuhan kebutuhan atau sekedar keinginan. Proses pengambilan keputusan ini melibatkan beragam pertimbangan dan tahap berpikir. Razak (2016) menyatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan saat melakukan pembelian barang atau jasa meliputi faktor lingkungan, faktor individu, dan faktor psikologis. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

##### **1. Faktor Lingkungan**

Faktor lingkungan adalah unsur-unsur yang berasal dari luar (eksternal) individu. Adapun unsur-unsur eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yakni :

- a. Budaya. Perilaku konsumen tidak dapat terlepas dari budaya karena setiap konsumen memiliki preferensi nilai dan norma yang berbeda-beda. Konsumen akan memilih barang atau jasa yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai budaya dan norma sosial konsumen.
- b. Kelas sosial. Keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh kelas sosial berdasarkan pekerjaan, pendapatan, pendidikan, atau status sosial.
- c. Pengaruh pribadi atau orang terdekat. Hal ini terjadi dengan cara meningkatkan kesadaran atau memicu keinginan untuk membeli produk tertentu.
- d. Keluarga atau orang yang memiliki hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama. Keluarga mempengaruhi perilaku konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pengaruh sosial atau referensi.
- e. Situasi. Pengaruh ini timbul dari faktor-faktor khusus yang tidak berhubungan dengan karakteristik konsumen dan karakteristik produk. Hal-hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian produk di antaranya suhu, kebisingan, atau keramaian.

## **2. Faktor Individu**

Faktor individu merupakan faktor dari dalam diri (internal) yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku, meliputi :

- a. Sumber daya konsumen. Hal ini meliputi kemampuan konsumen dalam meluangkan waktu, uang dan perhatian dalam setiap situasi pengambilan keputusan.
- b. Motivasi. Konsumen membeli sebuah produk didasarkan oleh faktor kebutuhan, hasrat, atau kepuasan diri.
- c. Pengetahuan. Pembelian produk didasarkan atas pengetahuan konsumen tentang produk (*product knowledge*), pengetahuan cara pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan cara pemakaian (*usage knowledge*).
- d. Sikap. Sikap individu terhadap produk atau merek tertentu juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen, seperti preferensi merek atau ketertarikan pada fitur produk tertentu merupakan hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.
- e. Gaya hidup, merupakan pola atau cara yang digunakan seseorang untuk hidup dan mengelola waktu serta uangnya.

### **3. Faktor Psikologis**

Keputusan pembelian konsumen juga melibatkan faktor yang berhubungan dengan kondisi mental dan emosional individu. Faktor psikologi meliputi pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap dan perilaku.

- a. Pengolahan informasi, merujuk pada cara konsumen mengumpulkan, memproses, dan menginterpretasikan informasi yang diterima tentang merek, produk, atau layanan sebelum

membuat keputusan pembelian agar memperoleh kepercayaan konsumen.

- b. Pembelajaran, merupakan proses terjadinya perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Pengalaman dapat mempengaruhi perilaku konsumen di masa depan, misalnya dalam hal pembelian ulang dan penciptaan loyalitas terhadap merek (*brand loyalty*).
- c. Perubahan sikap dan perilaku. Hal ini berhubungan dengan bagaimana konsumen merespon sebuah produk. Produk yang sesuai dengan keinginan konsumen akan mendapat sikap positif. Sebaliknya, produk yang tidak sesuai akan mengurangi niat pembelian konsumen.

### **2.2.3. Thrifting**

Secara bahasa, *thrifting* berasal dari kata *thrifty* dalam bahasa Inggris yang mempunyai arti penghematan atau kebiasaan menggunakan uang secara baik dan efisien. Gulfira (2016) menyatakan *thrifting* merupakan kegiatan mencari barang bekas (*secondhand stuff*) di tempat-tempat tertentu. Adapun tempat-tempat yang menjual barang bekas tersebut disebut sebagai *thrift shop*. Sedangkan sebutan untuk orang yang suka mencari barang bekas adalah *treasure hunter* atau *thrifter*. Jadi, dapat diartikan bahwa *thrifting* merupakan kegiatan membeli barang bekas di toko khusus dengan harga yang murah.

Pada dasarnya *thrifting* bukanlah hal yang baru, sebab dahulu kegiatan membeli pakaian bekas sudah banyak dilakukan oleh masyarakat. Namun, hal tersebut masih memiliki stereotip yang negatif, karena dengan menggunakan pakaian bekas akan memberikan kesan ketinggalan zaman dan cenderung

menimbulkan rasa malu. Walaupun demikian, saat ini fenomena *thriftling* telah mendapat respon positif dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari pelajar, pekerja, hingga kalangan *influencer*.

Sebuah artikel dengan judul *A Brief History of Thrifting* (2019) menjelaskan fenomena *thriftling* berawal ketika revolusi industri terjadi yakni sekitar 1760-1840. Produksi pakaian secara massal membuat pakaian menjadi murah. Hal ini mengakibatkan terjadinya penumpukan pakaian dan dari situlah pakaian bekas mulai dikumpulkan dan dijual. Selanjutnya, pada tahun 1920, terjadi krisis ekonomi yang membuat masyarakat kesulitan membeli pakaian baru, sehingga banyak dari mereka yang memilih untuk melakukan *thriftling*.

Dilansir dari *abyadscreenprinting.com* (2023), selama pandemi Covid-19 terjadi perkembangan yang cepat dalam praktik *thriftling* di Indonesia, terutama pada kalangan generasi muda. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa impor pakaian bekas di Indonesia mencapai 26,22 ton sepanjang 2022. Hadirnya pandemi telah mengubah gaya hidup, sikap, dan kegiatan masyarakat yang membuat mereka lebih sadar akan pengeluaran mereka. Hal ini mendorong masyarakat untuk menjadi lebih hemat dan berupaya menggunakan uang mereka untuk kebutuhan yang lebih penting. Akibatnya, masyarakat tertarik untuk melakukan *thriftling*. Selain harganya yang lebih terjangkau, *thriftling* juga mendorong kreativitas dalam mengkombinasikan pakaian.

Adapun barang bekas (*secondhand stuff*) yang sering diburu yakni pakaian, furnitur, dan barang-barang rumah tangga yang sudah tidak baru namun masih dalam kondisi yang layak untuk dipakai. Terkhusus pada komoditas pakaian, biasanya diperoleh dari luar negeri, bermerek dan dijual dengan harga

murah. Maraknya tren *thrifting* ini membuat pakaian bekas menjadi pilihan alternatif dalam pemenuhan kebutuhan sandang.

#### **2.2.4. Nilai dan Perilaku Konsumen dalam Melakukan *Thrifting***

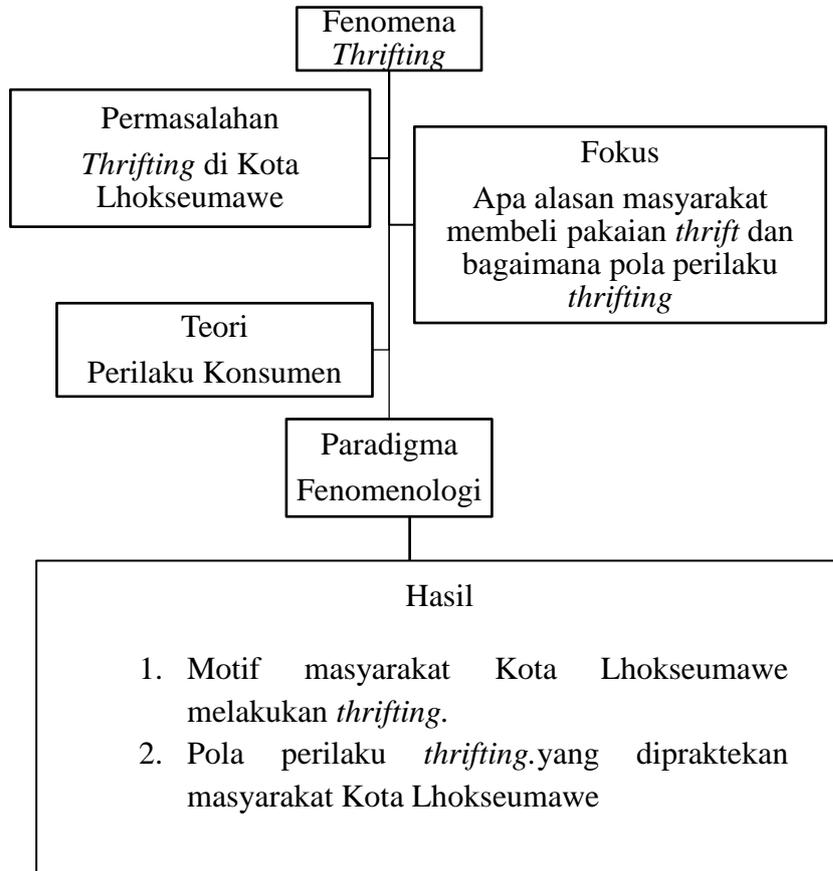
Perilaku konsumen merupakan bagian dari perilaku manusia dan termasuk studi yang relatif kompleks. Beberapa pendekatan dari berbagai keilmuan yang digunakan untuk memahami perilaku konsumen di antaranya teori Ekonomi, teori Psikologi, teori Sosiologi dan Antropologi. Pada kajian Antropologi, manusia akan bertingkah laku atau mengonsumsi suatu barang atau jasa berlandaskan dari apa yang ada di dalam pikiran atau bayangan. Hal ini bisa dilihat dengan adanya wujud kebudayaan.

Pertama, wujud kebudayaan dari nilai, ide, gagasan, nilai, peraturan atau norma. Wujud nilai ini tidak dapat disentuh maupun didokumentasikan, karena sifatnya yang abstrak. Maka dari itu, nilai atau ide ini merupakan segala sesuatu yang ada di dalam kepala atau pikiran manusia. Nilai atau ide ini berfungsi sebagai pedoman masyarakat dalam bertingkah laku. Nilai atau ide ini selalu berkaitan yang kemudian dalam Antropologi dikenal sebagai sistem budaya. Pada fenomena *thrifting*, penulis ingin mengetahui apa nilai atau pikiran yang mendasari masyarakat melakukan *thrifting*.

Kedua, wujud kebudayaan sebagai aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat. Wujud kebudayaan yang kedua ini disebut juga dengan sistem sosial. Sistem sosial merupakan perwujudan dari nilai, gagasan, atau norma yang ada dalam alam pikiran manusia. Sistem sosial ini terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia dalam berinteraksi dari waktu ke waktu dengan mengikuti pola-pola tertentu berdasarkan nilai. Sistem sosial ini bersifat konkret

karena aktivitas atau perilakunya dapat diamati dan didokumentasikan. Pada sistem sosial ini, penulis ingin mengetahui bagaimana pola perilaku masyarakat Kota Lhokseumawe memperlakukan barang *thrift*ing.

### 2.3. Alur Pikir Penelitian



Sumber : Data Olahan Pribadi

**Gambar 2.1. Kerangka Berpikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi merupakan objek penelitian di mana kegiatan dilakukan, penentuan lokasi bertujuan untuk memudahkan proses penelitian. Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah tiga toko/ tempat penjual pakaian bekas (*thrift shop*) di Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe yakni Pasar Sayur Kota, toko nge-Thrift, dan Thrift Shop Premium by.maikha.id. Alasan penulis membatasi penelitian ini dilakukan pada satu kecamatan karena penulis mendapati di Kecamatan Banda Sakti yang menjual pakaian bekas lebih banyak dibandingkan dengan kecamatan lain di Kota Lhokseumawe. Alasan lain pemilihan lokasi ini karena mempermudah penulis untuk mendapatkan informan sebagai subjek penelitian yang sesuai dengan kriteria dan topik penelitian.

#### **3.2. Pendekatan Penelitian**

Umumnya dalam melakukan penelitian ada dua jenis pendekatan penelitian yang sering digunakan yaitu, pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Pendekatan yang penulis gunakan yaitu, pendekatan kualitatif. Pada umumnya kualitatif digunakan untuk menyelidiki kondisi objektif yang alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam penelitian tersebut. Proses penelitian yang dimaksud adalah ketika peneliti melakukan observasi, berinteraksi dengan dan berusaha memahami bahasa serta interpretasi yang digunakan oleh narasumber (Sugiyono, 2018). Definisi lain dari pendekatan kualitatif yakni penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek dengan cara mendeskripsikannya menggunakan kata-kata dan bahasa, dengan

memanfaatkan metode ilmiah (Moleong, 2017). Maka dari itu, adapun alasan penulis memilih pendekatan ini agar penulis memperoleh gambaran dan pemahaman dari fenomena yang ada di lapangan.

Adapun jenis penelitian kualitatif yang penulis gunakan adalah fenomenologi. Fenomenologi merupakan jenis penelitian yang dipakai untuk memperoleh pandangan dari pengalaman subjek penelitian terkait fenomena tertentu (Hamzah, 2020). Alasan penulis memilih jenis fenomenologi karena penulis ingin memperoleh motif masyarakat melakukan *thrifting* dan pola perilaku yang terbentuk berdasarkan pengalaman pribadi informan.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Agar penelitian memperoleh data primer dan data sekunder yang koheren dan komprehensif, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan studi literatur. Tahapannya yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### **1. Observasi non Partisipan**

Observasi non partisipan merupakan metode observasi di mana peneliti hanya bertindak sebagai pengamat tanpa ikut melakukan aktivitas seperti yang dilakukan oleh informan, baik kehadirannya diketahui atau tidak. Alasan penulis memilih teknik ini agar data yang diperoleh bersifat objektif dan tidak terjadi bias. Observasi ini dilakukan untuk dapat memperoleh data berupa gambaran tentang situasi setempat atau *social setting* yang menjadi konteks pembahasan penelitian. Subjek pengamatan dalam penelitian ini ialah pelaku usaha dan pembeli barang *thrift* di Kec.

Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Observasi awal penulis lakukan di beberapa toko yang menjual pakaian bekas (*thrift shop*) di sekitaran Kota Lhokseumawe, di antaranya *thrift shop* Home Thrift di Blang Pulo (12/10/2022), *thrift shop* Monza Tarutunk di Blang Panyang (07/02/2023), dan beberapa *thrift shop* di Kecamatan Banda Sakti (01/02/2023 dan 08/03/2023). Adapun alat bantu yang penulis gunakan selama observasi yakni berupa ponsel.

## 2. Wawancara Mendalam

Wawancara (*in depth interview*) adalah jenis metode wawancara yang dilakukan secara tatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, baik menggunakan atau tidak menggunakan pedoman wawancara. Penulis memilih jenis wawancara mendalam karena diharapkan dapat menyumbangkan data yang lebih akurat sehingga mampu menjawab rumusan masalah yang ada terkait fenomena *thrifting* di Kota Lhokseumawe. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh data berupa transkrip wawancara dari percakapan yang penulis lakukan dengan informan. Kriteria informan yang penulis jadikan sebagai target wawancara adalah pengunjung yang ada di lokasi penelitian, bertempat tinggal di Lhokseumawe, dan pernah membeli pakaian bekas dalam waktu tiga bulan terakhir yakni Januari 2023. Wawancara penulis lakukan dengan membangun rapport terlebih dahulu dengan informan kunci yakni penjual pakaian bekas di Pasar Sayur Kota. Setelah adanya hubungan antara keduanya, informan kunci dengan sukarela membantu penulis memperoleh informan tambahan dengan mengajak pelanggan tetapnya

agar mau diwawancarai oleh penulis. Wawancara bersama informan penulis lakukan dengan cara memperkenalkan diri terlebih dahulu, menyampaikan tujuan penulis, mengajukan pertanyaan dan mempersilahkan informan tetap beraktivitas memilih-milih pakaian bekas agar wawancara berlangsung dengan nyaman. Hasil dari wawancara yang penulis lakukan di antaranya sejarah informan mengetahui *thrift*, seberapa sering informan membeli pakaian bekas, alasan informan melakukan *thrifting*, jenis *thrift* yang paling sering dibeli, budget yang dikeluarkan saat berbelanja, tips memilih pakaian bekas, dan perlakuan apa yang informan lakukan setelah membeli pakaian bekas. Adapun jumlah informan yang telah penulis wawancarai yakni sebanyak 17 informan dan terlampir di lampiran 1. Hambatan yang penulis alami saat melakukan wawancara, beberapa informan tidak menjawab sesuai dengan pertanyaan yang penulis ajukan sehingga penulis menanyakan berulang dengan redaksi bahasa yang berbeda hingga informan mengerti maksud dari pertanyaan penulis. Alat bantu yang penulis gunakan saat melakukan wawancara yaitu buku dan pulpen untuk menuliskan identitas informan, ponsel untuk merekam proses wawancara dan pengambilan gambar, serta daftar pertanyaan sebagai panduan agar pertanyaan yang ditanyakan tidak keluar dari topik penelitian.

### 3. Studi Literatur

Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data atau sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal,

majalah, koran, internet dan pustaka. Pada penelitian ini, penulis menggunakan publikasi resmi dari *website* Pemerintah Kota Lhokseumawe, katalog Badan Pusat Statistik Kota Lhokseumawe, dan

### **3.4. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah metode analisis data kualitatif. Analisis data ini penulis lakukan berdasarkan kemampuan penalaran penulis dalam menghubungkan fakta, data, dan informasi yang ada di lapangan. Adapun data-data yang diperoleh berasal dari hasil observasi, wawancara, hingga dokumen yang dipakai untuk memperoleh informasi.

Penulis melakukan proses analisis data selama masa penelitian dan setelah pengumpulan data, dengan membaca ulang seluruh tahapan dan proses selama penelitian berlangsung. Penulis menggunakan model analisis data model interaktif yang dipaparkan Miles dan Huberman dalam (Moleong, 2017). Analisis penulis lakukan dengan beberapa tahapan, yakni :

1. Penulis mengumpulkan data dari proses observasi di lokasi penelitian yakni Pasar Sayur Kota, nge-Thrift, dan Thrift Shop Premium by.maikha.id. Adapun proses observasi penulis lakukan dengan melihat kondisi, suasana, dan aktivitas pembeli pakaian bekas. Upaya yang penulis lakukan untuk memperoleh informasi yakni dengan melakukan wawancara dengan pembeli pakaian bekas di lokasi penelitian. Hal ini penulis lakukan guna mendapat informasi yang mampu menjawab latar belakang masalah penelitian.
2. Proses transkrip data dilakukan untuk memilah dan memilih informasi yang penulis peroleh selama penelitian di lapangan, baik saat pengamatan

ataupun wawancara. Transkrip data digunakan agar informasi yang digunakan hanya data-data yang ada kaitannya dengan *thrifting* dan mengabaikan yang tidak ada kaitannya dengan *thrifting*.

3. Dalam melakukan analisis data, penulis menyusunnya ke dalam bentuk narasi dan tabel yang akan memudahkan penulis mempertajam pemahaman terhadap informasi yang dipilih. Lalu disajikan dalam bentuk uraian kalimat, serta melakukan penarikan kesimpulan dari data-data temuan.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 4.1.1. Sejarah Kecamatan Banda Sakti

Kecamatan Banda Sakti terbentuk pada tahun 2001. Kecamatan ini terbentuk ketika adanya pemekaran Kota Lhokseumawe dengan Kabupaten Aceh Utara berdasarkan Undang-undang No. 2 Tahun 2001 tentang pembentukan Kota Lhokseumawe. Kota Lhokseumawe memiliki eksistensi untuk membangun kompetensi daerah yang berdaya saing dengan memanfaatkan potensi sumber daya yang dimiliki meliputi Sumber Daya Manusia (SDM), ilmu pengetahuan dan teknologi dalam peningkatan kualitas pelayanan di Kecamatan Banda Sakti. Berdasarkan pengamatan, pada jalan masuk utama terdapat tugu Rencong yang menjadi ikon Kota Lhokseumawe.



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.1. Tugu Rencong di Kota Lhokseumawe**

Menurut catatan sejarah, Kecamatan Banda Sakti dahulunya merupakan bagian dari daerah Kerajaan Samudera Pase. Kerajaan Pase merupakan salah satu kerajaan tertua yang pernah dicatat dalam sejarah. Kecamatan Banda Sakti dulunya juga merupakan bandar pelabuhan yang ramai dalam perdagangan keluar

negeri terutama dengan Malaka, Pulau Pinang dan Negeri Siam. Pelabuhan Lhokseumawe merupakan salah satu pelabuhan utama yang besar andilnya terhadap Republik Indonesia. Di mana, pelabuhan ini turut menunjang gelar daerah Aceh sebagai daerah modal (Profil Kecamatan Banda Sakti, 2023).

Di zaman pemerintah Kolonial Belanda daerah yang kini sudah menjadi Kecamatan Banda Sakti adalah salah satu daerah dengan pemerintah tersendiri yang disebut dengan *Zolf Bestuurder Van Lhokseumawe*. Pada zaman kemerdekaan *Bestuurder Van Lhokseumawe* bersama-sama dengan *Vestuurder Van Cunda* digabung menjadi satu daerah dengan Kecamatan Muara Dua. Sedangkan bekas *Bestuurder Van Lhokseumawe* di samping 3 (tiga) kemukiman lainnya dalam Kecamatan Muara Dua, keadaan ini berlangsung hingga akhir tahun 1964.

Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur, Kepala Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh tanggal 30 November 1964 nomor 24/G.A/1964, terhitung sejak tanggal 1 Desember 1964, ditetapkan bahwa kemukiman Lhokseumawe dipisahkan dari kecamatan Muara Dua, dijadikan satu kecamatan sendiri dengan nama Kecamatan Banda Sakti. Pada saat itu nama Banda Sakti diberikan oleh Kol. Habib Muhammad Syarif, Danrem Lilawangsa. Peresmian Kecamatan ini dilakukan pada tanggal 8 Desember 1964 yang disaksikan oleh Gubernur Kepala Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Kol. Nyak Adam Kamil, sekaligus diresmikan dan dilantik Sdr. M. Djamil Insyah sebagai Camat pertama yang berasal dari pensiunan ABRI. Selaku Wedana untuk memimpin wilayah ini dan sejak tanggal 25 Januari 1965 dibuka dengan resmi kantor kecamatan bertempat di Kuta Blang Lhokseumawe (bekas asrama penampungan).

Pemisahan kemukiman Lhokseumawe dari kecamatan Muara Dua menjadi satu kecamatan yang tersendiri adalah wajar, di mana tidak saja secara historis wilayah ini sebelumnya pernah punya pemerintahan sendiri sebagai daerah tempat kedudukan Ibu Kota Pusat Pemerintahan Daerah Kota Lhokseumawe. Kiranya daerah ini masih perlu mendapatkan perhatian serta pembinaan yang tersendiri karena usia masih sangat muda. Dalam usaha pembentukan kecamatan ini, patut dicatat tokoh-tokoh masyarakat para Kechik/ Kepala Desa dan Pejabat Pemerintahan yang giat memperjuangkan kehendak antara lain adalah Letnan Kolonel Habib Muhammad Syarif (almarhum) yang saat itu menjabat Komandan dan Korem 011 Lilawangsa di samping tokoh-tokoh masyarakat dan pejabat pemerintah lainnya.

Sebelumnya, Kecamatan Banda Sakti termasuk dalam Kecamatan Muara Dua yang berada dalam lingkup Kabupaten Aceh Utara yang terbentuk pada tahun 1965 dengan Undang-undang Nomor 02 tahun 2001 tentang Pembentukan Pemerintah Kota Lhokseumawe. Kecamatan Banda Sakti kemudian berada dalam wilayah kerja Kota Lhokseumawe bersama-sama dengan Kecamatan lainnya yaitu Kecamatan Muara Dua dan Kecamatan Blang Mangat. Pada tanggal 28 Juli 2005 Kecamatan Muara Dua mulai dimekarkan dan kemudian lahir kecamatan baru di wilayah Kota Lhokseumawe yaitu Kecamatan Muara Satu melalui peraturan Daerah Kota Lhokseumawe nomor 22 tahun 2005 tentang Pembentukan Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

#### **4.1.2. Profil Kecamatan Banda Sakti**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 Pasal 17 dinyatakan bahwa Kecamatan adalah wilayah kerja Camat sebagai perangkat

daerah kabupaten dan daerah kota yang memiliki wewenang melaksanakan tugas Pemerintahan yang dilimpahkan oleh bupati / walikota untuk menangani sebagian urusan otonomi daerah. Struktur organisasi Kecamatan Banda Sakti telah diatur dalam keputusan Walikota Lhokseumawe Nomor 13 Tahun 2007 tanggal 29 Oktober 2007 tentang uraian tugas Kecamatan Kota Lhokseumawe.

**a. Tugas Pokok Kecamatan Banda Sakti**

Adapun tugas pokok Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe yaitu :

1. Kecamatan merupakan wilayah kerja Camat sebagai perangkat daerah kota.
2. Kecamatan mempunyai tugas melaksanakan kewenangan pemerintah yang dilimpahkan oleh walikota untuk menangani sebagian urusan otonomi daerah.
3. Kecamatan juga menyelenggarakan tugas umum Pemerintahan meliputi :
  - a. Mengkoordinasikan kegiatan pemberdayaan masyarakat.
  - b. Mengkoordinasikan upaya penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban umum.
  - c. Mengkoordinasikan penerapan dan penegakan peraturan UU.
  - d. Mengkoordinasikan pemeliharaan prasarana dan fasilitas pelayanan umum.
  - e. Mengkoordinasikan penyelenggaraan kegiatan pemerintahan di tingkat kecamatan.
  - f. Membina penyelenggaraan kegiatan pemerintahan *gampong*.
  - g. Melaksanakan pelayanan masyarakat yang menjadi ruang lingkup tugasnya yang belum dapat dilaksanakan pemerintah *gampong*.
4. Pelimpahan sebagian kewenangan Walikota

### **b. Fungsi Kecamatan Banda Sakti**

Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe memiliki beberapa fungsi antara lain sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan tugas-tugas pemerintahan umum dan pembinaan keagrariaan serta pembinaan sosial politik dalam negeri.
2. Pembinaan pemerintahan mukim dan *gampong*.
3. Pembinaan hukum, ketertiban dan ketentraman.
4. Pembinaan pembangunan yang meliputi pembinaan perekonomian, produksi dan distribusi serta pembinaan sosial.
5. Pembinaan keagamaan dan adat istiadat.
6. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh walikota sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

### **c. Struktur Organisasi Kecamatan Banda Sakti**

Struktur organisasi adalah cara suatu aktivitas organisasi dibagi dan dikoordinasikan. Perusahaan atau organisasi yang baik harus mempunyai struktur organisasi dan *job description* (pembagian tugas) yang jelas. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas maka setiap karyawan akan mudah menjalankan tugas yang diberikan. Struktur organisasi merupakan gambaran pembagian domain wewenang dan tanggung jawab anggota atau kelompok anggota dalam rangka mewujudkan tujuan organisasi. Struktur yang baik harus adanya pendelegasian wewenang yang sesuai dengan keahlian dan kemampuan serta tanggung jawab serta fungsinya, sehingga tercapai tujuan organisasi tersebut. Dengan adanya struktur organisasi tersebut, kita dapat melihat dengan jelas arus

interaksi yang terjadi di dalam organisasi. Adapun susunan struktur organisasi pada Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe terdiri dari :

1. Camat
2. Sekretaris Camat
3. Kepala Seksi Pemerintahan
4. Kepala Seksi Hukum, Ketentraman Dan Ketertiban
5. Kepala Seksi Pembangunan Masyarakat Gampong
6. Kepala Seksi Kesejahteraan Sosial
7. Kepala Seksi Umum

**d. Visi, Misi dan Tujuan Kecamatan Banda Sakti**

**1. Visi**

Berdasarkan potensi dan kondisi serta tugas pokok dan fungsi Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe dan dengan berbagai permasalahan yang dihadapi, maka visi Kecamatan Banda Sakti adalah “Terselenggaranya pelayanan prima bagi masyarakat di bidang Pemerintahan, Pembangunan dan Kemasyarakatan”.

**2. Misi**

Guna mewujudkan dan merealisasikan visi Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe ke depan, maka ditetapkan misi pembangunan daerah sebagai berikut :

1. Meningkatkan kinerja pemerintah Kecamatan Banda Sakti secara efektif, efisien, transparan dan akuntabel yang mengarah pada profesionalisme.
2. Menyediakan sistem pendataan masyarakat yang cepat, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Mewujudkan terselenggaranya pemerintah *gampong* dan kecamatan yang efektif dan efisien.
4. Menciptakan SDM aparatur yang cepat tanggap, peduli dan mampu memberikan solusi pada permasalahan di masyarakat.
5. Membentuk sistem perkantoran yang efektif guna mewujudkan pelayanan prima.
6. Mempercepat proses birokrasi perizinan.

### **3. Tujuan**

Terwujudnya pemerintahan yang baik apabila seluruh komponen organisasi mampu mencapai tujuan yang meliputi komitmen bersama dalam hubungannya dengan upaya perwujudan visi dan misi organisasi tersebut.

Tujuan yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Turut meningkatkan sistem pelayanan publik.
2. Meningkatkan SDM yang memadai.
3. Adanya koordinasi antara aparatur *gampong*.
4. Pendataan yang akurat dan benar.
5. Pengembangan kawasan dan pemberantasan kemiskinan.

#### **e. Pemerintahan Kecamatan Banda Sakti**

Di Kecamatan Banda Sakti terdapat 85 dusun yang tersebar pada 18 *gampong*. *Gampong* yang memiliki dusun yang paling banyak adalah *Gampong Kampung Jawa Lama* yaitu sebesar 7 dusun. Sedangkan *gampong* yang memiliki dusun yang paling sedikit adalah *Gampong Keude Aceh*, *Gampong Simpang Empat*, *Gampong Uteun Bayi*, *Gampong Banda Masen*, *Gampong Ujong Blang*, dan *Hagu Teungoh* yaitu masing-masing hanya 4 dusun. Setiap *gampong*

dipimpin oleh seorang *Geuchik*. Berikut adalah nama-nama *Geuchik* yang ada di Kecamatan Banda Sakti.

**Tabel 4.1. Nama *Geuchik* di Kecamatan Banda Sakti**

| No | Nama <i>Gampong</i> | Nama <i>Geuchik</i>   |
|----|---------------------|-----------------------|
| 1  | Mon Geudong         | Mahdi Z               |
| 2  | Keude Aceh          | Tgk Hanafiah          |
| 3  | Pusong Lama         | Kaharuddin            |
| 4  | Pusong Baru         | Hamdan Hamzah         |
| 5  | Lhokseumawe         | Irfan Darmawan        |
| 6  | Simpang Empat       | H. Jamaluddin         |
| 7  | Lancang Garam       | Ir. Abdullah Rohman   |
| 8  | Kampung Jawa Baru   | Salamuddin            |
| 9  | Tumpok Teungoh      | H. Hermansyah, S. Ag  |
| 10 | Kuta Blang          | Muzzakir Walad, S. Pd |
| 11 | Uteun Bayi          | Agussalim Ismail      |
| 12 | Banda Masen         | Syahbuddin            |
| 13 | Ujong Blang         | Badaruzzaman, S. Sos  |
| 14 | Ulee Jalan          | Yusufu M. Kamal       |
| 15 | Hagu Barat Laut     | Ibnu Agus             |
| 16 | Hagu Teungoh        | Amiruddin, SE         |
| 17 | Hagu Selatan        | Zulfitrian            |
| 18 | Kampung Jawa Lama   | Muchlis               |

Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022

#### 4.1.3. Letak Geografis Kecamatan Banda Sakti

Kecamatan Banda Sakti memiliki karakteristik lahan yang terdiri dari dataran rendah. Kecamatan Banda Sakti terletak pada kisaran ketinggian 6m di atas permukaan laut. Kecamatan Banda Sakti memiliki luas wilayah 11,24 km<sup>2</sup> atau setara dengan 6,2% dari wilayah Kota Lhokseumawe. Ibukota kecamatan dari Kecamatan Banda Sakti adalah Kota Lhokseumawe. Pada akhir tahun 2021, wilayah administrasi Kecamatan Banda Sakti terdiri dari 18 *gampong*. Informasi lebih lanjut dapat dilihat pada tabel berikut.

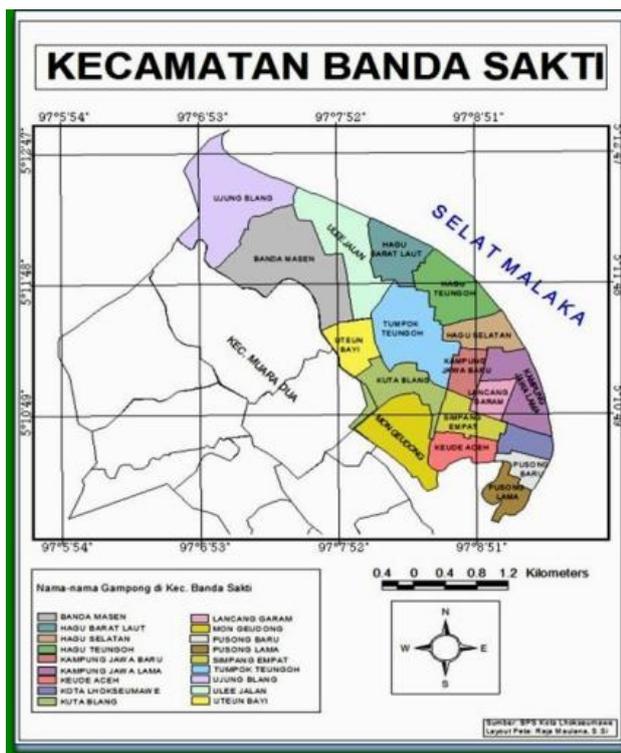
**Tabel 4.2. Nama dan Luas *Gampong* di Kecamatan Banda Sakti**

| No | Nama <i>Gampong</i> | Luas (km <sup>2</sup> ) | Persentase terhadap Luas Kecamatan |
|----|---------------------|-------------------------|------------------------------------|
| 1  | Mon Geudong         | 0,64                    | 5,69                               |
| 2  | Keude Aceh          | 0,50                    | 4,45                               |
| 3  | Pusong Lama         | 0,40                    | 3,56                               |

|             |                   |       |        |
|-------------|-------------------|-------|--------|
| 4           | Pusong Baru       | 0,18  | 1,60   |
| 5           | Lhokseumawe       | 0,35  | 3,11   |
| 6           | Simpang Empat     | 0,50  | 4,45   |
| 7           | Lancang Garam     | 0,42  | 3,74   |
| 8           | Kampung Jawa Baru | 0,50  | 4,45   |
| 9           | Tumpok Teungoh    | 1,20  | 10,68  |
| 10          | Kuta Blang        | 0,80  | 7,12   |
| 11          | Uteun Bayi        | 0,65  | 5,78   |
| 12          | Banda Masen       | 0,58  | 5,16   |
| 13          | Ujong Blang       | 1,10  | 9,79   |
| 14          | Ulee Jalan        | 0,50  | 4,45   |
| 15          | Hagu Barat Laut   | 0,96  | 8,54   |
| 16          | Hagu Teungoh      | 0,80  | 7,12   |
| 17          | Hagu Selatan      | 0,56  | 4,98   |
| 18          | Kampung Jawa Lama | 0,60  | 5,34   |
| Banda Sakti |                   | 11,24 | 100,00 |

Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022

Berikut ini merupakan peta Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe.



Sumber : Dokumen Profil Kecamatan Banda Sakti 2023

**Gambar 4.2. Peta Wilayah Kecamatan Banda Sakti**

Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Banda Sakti adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan langsung dengan Selat Malaka. Selat Malaka adalah perairan yang terletak antara semenanjung Malaysia dan Pulau Sumatra. Selat Malaka juga merupakan jalur pelayaran penting di dunia. Sebagai bagian dari perbatasan kecamatan, wilayah ini memiliki peran ekonomi yang signifikan karena menjadi jalur masuk kapal-kapal besar yang membawa muatan berat ke pelabuhan. Selain itu, wilayah ini juga digunakan sebagai jalur pelayaran bagi para nelayan dan sebagai dermaga tempat berlabuhnya kapal nelayan, seperti di *Gampong Ujong Blang*.



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.3. Pantai Ujong Blang**

2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Muara Dua. Salah satu jalur masuk dan keluar Kota Lhokseumawe adalah melalui jembatan Sungai Cunda. Terdapat dua sisi jembatan Cunda, sisi kiri digunakan sebagai jalur keluar dari Kota Lhokseumawe dan sisi kanan sebagai jalur masuk ke Kota Lhokseumawe. Kedua jembatan tersebut juga berbatasan langsung dengan *Gampong Mon Geudong* di Kecamatan Banda Sakti dan *Gampong Cunda* di Kecamatan Muara Dua.



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.4. Tugu di Jalan Masuk Kota Lhokseumawe**

3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Muara Satu. Batas antara kedua kecamatan tersebut ditandai oleh jembatan Sungai Loskala dan perbatasan antara *Gampong Ujong Blang* dan *Gampong Blang Panyang*. Jembatan Loskala juga merupakan salah satu rute yang dapat digunakan untuk mencapai Kecamatan Banda Sakti atau kawasan perkotaan. Selain itu, jembatan ini juga merupakan salah satu jalur keluar dari Kota Lhokseumawe menuju jalan lintas provinsi.



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.5. Jembatan Loskala**

4. Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Malaka. Seperti halnya perbatasan utara Kota Lhokseumawe, Selat Malaka terletak di antara Malaysia dan Pulau Sumatera. Bagian timur Selat Malaka juga menjadi jalur pelayaran

penting, terutama sebagai jalur pelabuhan PT. Pertamina. Selain itu, di bagian timur perbatasan Kota Lhokseumawe terdapat dermaga tempat kapal nelayan berlabuh, seperti di PPI (Pelabuhan Pendaratan Ikan) *Gampong Pusong Lama*.



Sumber : Dokumen Pribadi, 2023

**Gambar 4.6. PPI *Gampong Pusong Lama***

#### 4.1.4. Kondisi Demografi Kecamatan Banda Sakti

Informasi demografi atau aspek kependudukan dapat memberikan wawasan tentang situasi dan lokasi tempat tinggal masyarakat di wilayah penelitian. Berdasarkan data statistik tahun 2021, jumlah penduduk di Kecamatan Banda Sakti sebanyak 79.047 jiwa. Tabel yang mendetail terkait data ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.3. Jumlah dan Kepadatan Penduduk di Kecamatan Banda Sakti**

| No | Nama <i>Gampong</i> | Penduduk  |           | Jumlah | Kepadatan Penduduk (per km <sup>2</sup> ) |
|----|---------------------|-----------|-----------|--------|---|
|    |                     | Laki-laki | Perempuan |        |   |
| 1  | Mon Geudong         | 2551      | 2612      | 5163   | 8067                                      |
| 2  | Keude Aceh          | 1359      | 1478      | 2837   | 5674                                      |
| 3  | Pusong Lama         | 2570      | 2545      | 5115   | 12788                                     |
| 4  | Pusong Baru         | 1991      | 1869      | 3860   | 21444                                     |
| 5  | Lhokseumawe         | 1084      | 1080      | 2164   | 6183                                      |
| 6  | Simpang Empat       | 1937      | 1995      | 3932   | 7864                                      |
| 7  | Lancang Garam       | 861       | 869       | 1730   | 4119                                      |
| 8  | Kampung Jawa Baru   | 1467      | 1482      | 2949   | 5898                                      |
| 9  | Tumpok Teungoh      | 4330      | 4502      | 8832   | 7360                                      |
| 10 | Kuta Blang          | 2292      | 2466      | 4758   | 5948                                      |

|             |                   |       |       |       |       |
|-------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|
| 11          | Uteun Bayi        | 2633  | 2611  | 5244  | 8068  |
| 12          | Banda Masen       | 1720  | 1751  | 3471  | 5984  |
| 13          | Ujong Blang       | 2578  | 2579  | 5157  | 4688  |
| 14          | Ulee Jalan        | 1466  | 1523  | 2989  | 5978  |
| 15          | Hagu Barat Laut   | 1993  | 1974  | 3967  | 4132  |
| 16          | Hagu Teungoh      | 2402  | 2343  | 4745  | 5931  |
| 17          | Hagu Selatan      | 2343  | 2454  | 4797  | 8566  |
| 18          | Kampung Jawa Lama | 3621  | 3716  | 7337  | 12228 |
| Banda Sakti |                   | 39198 | 39849 | 79047 | 7033  |

Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022

Berdasarkan informasi yang didapat, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk terbanyak berada pada *Gampong* Tumpok Teungoh yakni 8.832 jiwa. Sedangkan *gampong* yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit adalah *Gampong* Lancang Garam yaitu berjumlah 1.730 jiwa. Kepadatan penduduk pada Kecamatan Banda Sakti adalah sebesar 7.033 jiwa/km<sup>2</sup>. Jika dilihat berdasarkan kepadatan penduduk, desa yang memiliki kepadatan tertinggi adalah *Gampong* Pusong Baru yaitu 21.444 jiwa/km<sup>2</sup>. Sedangkan *gampong* yang memiliki kepadatan penduduk terendah adalah *Gampong* Lancang Garam yaitu 4.119 jiwa/km<sup>2</sup>.

#### 4.1.5. Perekonomian Masyarakat Kecamatan Banda Sakti

Kecamatan Banda Sakti merupakan bagian dari Kota Lhokseumawe, kota Lhokseumawe termasuk ke kota padat penduduk. Hal tersebut membuat masyarakatnya juga bersaing dalam bidang ekonomi. Oleh karena itu, selain bekerja di instansi pemerintah atau swasta, roda ekonomi masyarakat Kecamatan Banda Sakti juga didukung dari hasil laut, wirausaha, perhotelan dan pariwisata.

Jika dilihat dari letak geografis, Kecamatan Banda Sakti berada pada dataran rendah dan memiliki akses ke laut yang begitu dekat. Dengan panjang garis pantai 33,00 km dan luas perairan daerah 24.420,00 km<sup>2</sup>, tentu hal ini

dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sumber kehidupan. Tidak hanya sebatas menjadi nelayan, tetapi masyarakat Kecamatan Banda Sakti juga mengembangkan usaha tambahan dari hasil laut seperti produksi ikan asin. Adapun komposisi potensi laut yang ada di Kecamatan Banda Sakti dapat kita lihat pada tabel.

**Tabel 4.4. Komposisi Potensi Sumber Daya Perikanan**

| No | Jenis Ikan  | Hasil/ Tahun     |
|----|-------------|------------------|
| 1  | Tongkol     | 957,9 ton/ tahun |
| 2  | Udang       | 392,5 ton/ tahun |
| 3  | Kakap       | 414,6 ton/ tahun |
| 4  | Biji Nangka | 499,5 ton/ tahun |
| 5  | Tuna        | 456,6 ton/ tahun |
| 6  | Bawal       | 199,9 ton/ tahun |
| 7  | Teri        | 295,3 ton/ tahun |
| 8  | Kerapu      | 28,8 ton/ tahun  |
| 9  | Kembung     | 483,7 ton/ tahun |
| 10 | Kwee        | 370,1 ton/ tahun |
| 11 | Selar       | 293,4 ton/ tahun |

*Sumber : Dokumen Profil Kecamatan Banda Sakti 2023*



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.7. Proses Pembuatan Ikan Asin Oleh Masyarakat Pesisir**

Selain produksi ikan asin, adapun salah satu usaha di Kecamatan Banda Sakti yang dapat dijumpai yakni *coffee shop*, toko pakaian, toko percetakan, toko elektronik, hingga tempat makan.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.8. Jenis Usaha di Kecamatan Banda Sakti**

Distribusi barang adalah aspek penting dalam perekonomian, begitu juga di wilayah Kecamatan Banda Sakti. Beragam pola distribusi yang menggambarkan keragaman aktivitas ekonomi juga dapat kita lihat di Kecamatan Banda Sakti. Di pusat kota Kecamatan Banda Sakti, terdapat pusat perdagangan yang ramai dan menjadi sentral utama untuk bisnis dan komersial. Di sini, berbagai jenis barang dan jasa berkumpul dan didistribusikan melalui jaringan jalan utama dan fasilitas transportasi yang efisien. Selain itu, daerah pesisir di Kecamatan Banda Sakti juga memiliki distribusi khusus yang berkaitan dengan hasil laut, ikan-ikan yang diperoleh dari nelayan dibawa ke pasar tradisional, salah satunya Pasar Ikan Pusong. Sektor pariwisata juga memainkan peran penting dalam distribusi barang, dengan permintaan tinggi terhadap jasa akomodasi seperti ojek *online*, restoran, dan souvenir lokal. Infrastruktur transportasi yang berkembang, seperti jalan raya dan akses ke terminal, membantu memudahkan distribusi barang dan jasa di seluruh wilayah Kecamatan Banda Sakti. Secara keseluruhan, distribusi barang di Kecamatan Banda Sakti mencerminkan keragaman ekonomi dan geografis wilayah ini serta berperan dalam menggerakkan perekonomian lokal.

#### 4.1.6. Kondisi Sosial Budaya Masyarakat Kecamatan Banda Sakti

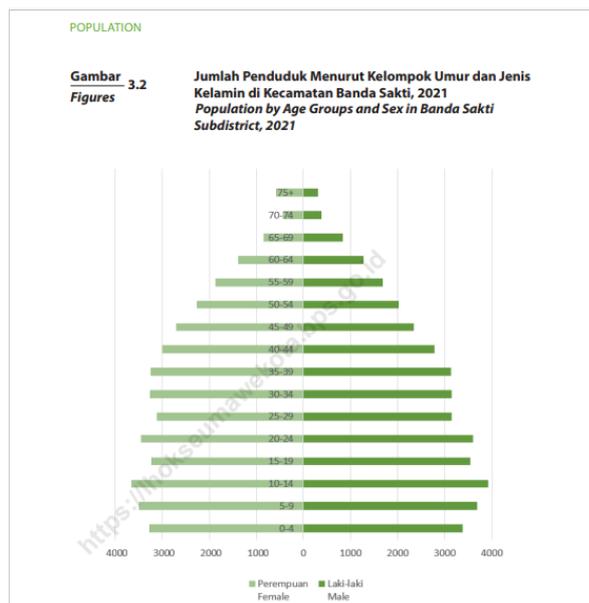
Sampai saat ini keadaan sosial budaya masyarakat Kota Lhokseumawe masih menjunjung tinggi nilai keagamaan dan budaya. Hal ini dapat dilihat dengan adanya Qanun yang masih menjadi pedoman bagi masyarakat. Adapun rincian jumlah penduduk agama yang dianut pada Kecamatan Banda Sakti dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama yang Dianut di Kecamatan Banda Sakti**

| Kecamatan   | Islam  | Protestan | Katolik | Hindu | Budha | Jumlah |
|-------------|--------|-----------|---------|-------|-------|--------|
| Banda Sakti | 78.047 | 129       | 385     | 0     | 486   | 79.047 |

*Sumber : Katalog BPS Kota Lhokseumawe dalam Angka 2023*

Penduduk Kecamatan Banda Sakti mayoritas penganut agama Islam dengan jumlah 78.047 jiwa, Protestan 129 jiwa, Katolik 385 jiwa, Hindu 0 jiwa, dan Budha 486 jiwa. Selain faktor perpindahan, faktor kerja dan faktor perkawinan juga merupakan penyebab suku bangsa di Kecamatan Banda Sakti menjadi bervariasi. Dengan adanya perbedaan suku dan agama tentu berpengaruh pada bahasa yang digunakan oleh masyarakat. Pada umumnya, bahasa yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi adalah Bahasa Aceh. Akan tetapi, karena adanya macam ragam suku dan masyarakat pendatang, maka dalam melakukan aktifitas sehari-hari masyarakat menggunakan Bahasa Indonesia. Adapun bahasa lain yang digunakan yakni bahasa daerah seperti Jawa, Batak, Padang, atau Mandarin sebagai media komunikasi sesama etnis. Adapun komposisi penduduk berdasarkan kelompok usia dan jenis kelamin, dapat dilihat pada bagian gambar berikut.



Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022  
**Gambar 4.9. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Banda Sakti**

Keadaan sosial dan budaya di Kecamatan Banda Sakti masih berada pada tingkat yang cukup baik. Ini disebabkan oleh fakta bahwa masyarakat disini masih aktif dalam melestarikan dan mengembangkan budaya mereka. Adapun daftar praktek budaya/ adat yang masih dilakukan oleh masyarakat Kecamatan Banda Sakti, yakni seperti upacara *peusijuek*, *meugang*, *kanduri maulod*, *kanduri laot*, *uroe nujoh*, khitanan rasul, dan majelis *ta'lim*.

#### 4.1.7. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Banda Sakti

Sebagai salah satu penggerak pertumbuhan dan pembangunan pada suatu wilayah, sarana dan prasarana berperan penting di dalamnya. Dalam hal ini, untuk menunjang terselenggaranya segala kegiatan, Kecamatan Banda Sakti memiliki beberapa fasilitas sebagaimana yang telah diuraikan di bawah berikut ini :

a. Sarana Pemerintahan

Untuk mewujudkan kegiatan prosesi pemerintahan, maka infrastruktur turut menjadi hal yang penting selain rencana pelaksanaan. Dalam hal ini,

Kecamatan Banda Sakti memiliki beberapa sarana pendukung untuk menjalankan segala kegiatan baik bangunan atau gedung maupun instrumen pendukung lainnya.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.10. Kantor Camat Banda Sakti**

b. Sarana Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu upaya meningkatkan pengetahuan dan kualitas seseorang guna meningkatkan taraf hidupnya. Adapun infrastruktur yang mendukung berjalannya pendidikan yang ada di Kecamatan Banda Sakti dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.6. Jumlah Fasilitas Sekolah Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Banda Sakti Tahun 2021**

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah |
|----|--------------------|--------|
| 1  | SD                 | 17     |
| 2  | MI                 | 3      |
| 3  | SMP                | 10     |
| 4  | MTs                | 4      |
| 5  | SMA                | 4      |
| 6  | SMK                | 4      |
| 7  | MA                 | 2      |
| 8  | Akademi/ PT        | 4      |

Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan di Kecamatan Banda Sakti sudah memadai. Hal ini menunjukkan sarana

pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar sampai dengan Sekolah Menengah Atas telah tersedia, baik sekolah umum maupun sekolah agama.

c. Sarana Kesehatan

Demi keberlangsungan kesehatan masyarakat Kecamatan Banda Sakti, beberapa sarana dan prasarana pelayanan medis telah tersedia dan mendukung berjalannya program kesehatan bagi masyarakat. Adapun prasarana kesehatan yang ada di Kecamatan Banda Sakti yakni.

**Tabel 4.7. Jenis Sarana Kesehatan di Kecamatan Banda Sakti**

| No | Jenis Sarana               | Jumlah |
|----|----------------------------|--------|
| 1  | Rumah Sakit                | 6      |
| 2  | Poliklinik                 | 11     |
| 3  | Puskesmas Tanpa Rawat Inap | 2      |
| 4  | Apotek                     | 7      |

*Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022*

Dengan prasarana yang telah disediakan tentunya hal ini sangat membantu masyarakat Kecamatan Banda Sakti. Fasilitas yang sudah tersedia di setiap unit pelayanan kesehatan sudah mulai memadai mulai dari alat, pelayanan medis maupun pelayanan administrasi. Pelayanan BPJS juga sudah berlaku di beberapa rumah sakit maupun unit lainnya yang berada di Kecamatan Banda Sakti, sehingga sangat membantu masyarakat untuk berobat.

d. Sarana Ibadah

Dalam rangka mendukung kegiatan keagamaan, diperlukan sarana tempat ibadah bagi masyarakat di Kecamatan Banda Sakti. Adapun jumlah tempat ibadah yang tersedia di Kecamatan Banda Sakti, dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.8. Jumlah Tempat Peribadatan Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Banda Sakti**

| No          | Nama<br><i>Gampong</i> | Masjid | Mushola | Gereja<br>Protestan | Gereja<br>Katolik | Pura | Vihara |
|-------------|------------------------|--------|---------|---------------------|-------------------|------|--------|
| 1           | Mon Geudong            | 1      | 7       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 2           | Keude Aceh             | 1      | 2       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 3           | Pusong Lama            | 1      | 2       | 1                   | 1                 | 0    | 1      |
| 4           | Pusong Baru            | 0      | 1       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 5           | Lhokseumawe            | 1      | 4       | 1                   | 0                 | 0    | 0      |
| 6           | Simpang Empat          | 1      | 4       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 7           | Lancang Garam          | 2      | 1       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 8           | Kampung Jawa<br>Baru   | 1      | 3       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 9           | Tumpok<br>Teungoh      | 1      | 4       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 10          | Kuta Blang             | 1      | 1       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 11          | Uteun Bayi             | 1      | 3       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 12          | Banda Masen            | 0      | 1       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 13          | Ujong Blang            | 1      | 4       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 14          | Ulee Jalan             | 1      | 1       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 15          | Hagu Barat<br>Laut     | 1      | 1       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 16          | Hagu Teungoh           | 1      | 2       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 17          | Hagu Selatan           | 1      | 3       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| 18          | Kampung Jawa<br>Lama   | 2      | 6       | 0                   | 0                 | 0    | 0      |
| Banda Sakti |                        | 18     | 50      | 2                   | 1                 | 0    | 1      |

Sumber : Katalog BPS Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022

## 4.2. *Thrifting* di Kota Lhokseumawe

### 4.2.1. Sejarah *Thrifting* di Kota Lhokseumawe

Pembelian pakaian *thrift* sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan sandang, diketahui sudah ada sejak lama. Penulis telah melakukan penelusuran melalui artikel maupun berita, namun penulis masih belum menemukan informasi mengenai tahun masuknya budaya *thrifting* ke Kota Lhokseumawe, khususnya di Kecamatan Banda Sakti. Adapun informasi yang penulis dapat dari salah satu informan, kegiatan menjual pakaian *thrift* di Kota Lhokseumawe sudah ada sejak

tahun 90-an tepatnya di Pasar Sayur Kota. Sebagaimana yang dituturkan oleh H. Siburian (64 tahun) saat wawancara bahwa:

“Kami pindah-pindah. Ada lima kali pindah, yang pertama sampai ketiga di pasar ini juga, cuma bagian depan sana. Terus yang keempat di pantai, ini lah lokasi kelima sampai sekarang. Tahun 90 akhir sudah jualan. Kalau di sini, enggak lah, bukan kami duluan. Ada yang apa, ntah apa nomor empat lah kami istilahnya gitu lah. Baru menyusul yang lain. Aku dulu tamatan Hukum Pidana, kerja di Migas. Biar ada aktivitas, opung boru jualanlah baju. Namanya zaman dulu, ekonomi susah. Ya sudah, beli baju ini ajalah orang-orang”. (*Wawancara pada tanggal 8 Maret 2023*)



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.11. Lokasi *Thrift* di Pasar Sayur Kota**

Informasi serupa juga penulis dapati dari Linda (42 tahun) dan Yusniar (45 tahun) saat wawancara bahwa:

“Oh, sudah lama langganannya. Kek tahun 90 an sudah mungkin”. (*Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023*)

“Sudah sering, dari sebelum punya anak. Kira-kira tahun, dari kecil anak-anak, 96”. (*Wawancara pada tanggal 17 Maret 2023*)

Hal ini semakin memperkuat bahwa aktivitas jual beli pakaian *thrift* di Kota Lhokseumawe telah ada sejak puluhan tahun lamanya. Sebab dirinya telah menjadi pelanggan tetap di penjual pakaian *thrift* Pasar Sayur Kota. Berdasarkan informasi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas jual beli pakaian *thrift* di Kecamatan Banda Sakti sudah ada sejak tahun 1990-an.

*Thrifting* pada awalnya bermula melalui pasar-pasar tradisional. Sebagaimana yang disampaikan oleh H. Siburian (64 tahun) selaku penjual pakaian *thrift* sejak tahun 90-an, lokasi berjualan pakaian *thrift* sudah pernah berpindah sebanyak lima kali. Adapun lokasi awal tempat berjualan pakaian *thrift* yaitu di Pasar Sayur Kota bagian depan, lalu berpindah ke pinggiran Pantai Ujong Blang, dan kembali lagi ke Pasar Sayur Kota bagian belakang. Namun kini, selain ada di pasar tradisional, pakaian *thrift* bisa didapatkan di toko-toko khusus pakaian *thrift*.

Penjual pakaian *thrift* hadir di Kota Lhokseumawe, khususnya Kecamatan Banda Sakti bermula dari orang perantau. Masyarakat dari luar daerah memanfaatkan hal ini sebagai jalan untuk membantu perekonomian. Namun, saat ini penjualnya tidak lagi hanya dari perantau melainkan juga dari masyarakat lokal. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak tersedianya toko-toko *thrift* yang pemiliknya penduduk asli Kota Lhokseumawe. Hal tersebut telah membuktikan *thrifting* di Kota Lhokseumawe mengalami perkembangan pesat. Kini, para penjual barang bekas juga semakin kreatif dalam memilih dan mengategorikan barang-barang yang ditawarkan kepada konsumen. Seperti toko nge-Thrift yang mengusung konsep toko khusus menjual *crewneck* dan *hoodie*. Hal ini disampaikan oleh Safna (20 tahun) bahwa:

“Untuk perkembangan *thrift* di Lhokseumawe, dari tahun 2022 lebih banyak berkembangnya. Karena kalau dulu kan masih di pajak kota aja kan, kalau sekarang rata-rata orang lari ke toko *thrift*. Kita ada jual kemeja sama celana *corduroy*. Tapi memang konsepnya lebih ke *hoodie* sama *crewneck*. Yang paling laris, karena kita konsepnya *hoodie* sama *crewneck* itu paling banyak peminatnya. Karena orang tau, di tempat lain cuma kaya jual kemeja sama *blouse* biasa. Jadi, kalau orang cari *crewneck* atau *hoodie*, langsung kemari”. (Wawancara pada tanggal 1 Februari 2023)

Berdasarkan penuturan informan, peminat *thrifting* mengalami peningkatan. Terutama untuk produk seperti *hoodie* dan *crewneck*. Toko *thrift* yang menawarkan konsep ini telah mendapatkan popularitas dan minat yang tinggi dari pengunjung yang mencari pakaian yang unik dan berbeda dari yang biasa tersedia di tempat lain.

Pada umumnya pakaian-pakaian *thrift* di Kota Lhokseumawe diperoleh dari luar kota, seperti Kota Medan dan Tanjung Balai. Sebagaimana informasi yang dikatakan oleh H. Siburian (64 tahun) saat wawancara bahwa:

“Kalau kami belanja Simalingkar, dulu Tanjung Balai. Pertama, Tanjung Balai, baru, akhirnya karena jauh 2 kali transport kan, Simalingkar lah, Medan. Biasa opung perempuan ke sana, biasa. Kadang-kadang juga, sekali-sekali dikirim pake bus, karena sudah langganan di sana. Ada apa-apanya kan, nomor hp, lengkap semua. Duitnya transfer dulu. Gitu. Begitu sampai ya langsung dibuka aja *ballpress*-nya, pake tang. Itu satu *ball* isinya sama semua, jadi tinggal buka aja. Cuma ya paling ada yang 100 potong, kalau baju bisa muat 120 gitu”. (*Wawancara pada tanggal 8 Maret 2023*)

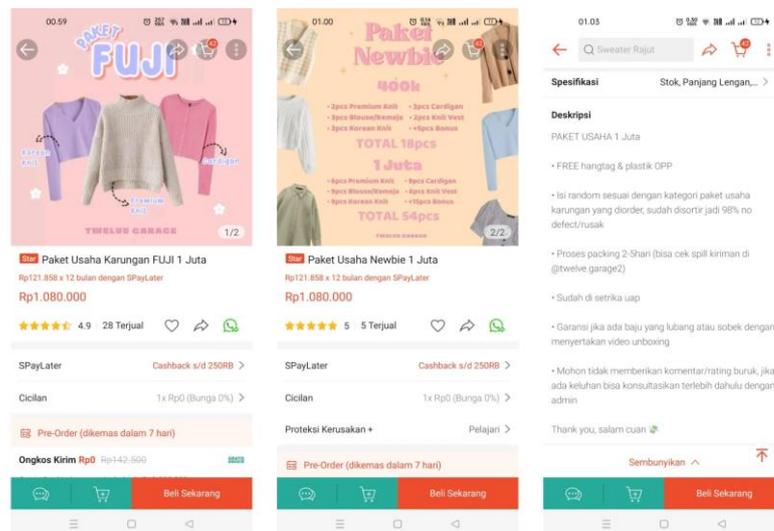
Berdasarkan informasi tersebut, maka diketahui bahwa pakaian dari luar kota dikirimkan setelah penjual telah melakukan proses pembayaran dengan agen. Proses pengiriman dari kota asal ke Kota Lhokseumawe biasanya menggunakan kendaraan pribadi maupun angkutan umum seperti bus. Jika penjual memilih menggunakan bus, maka barang akan diantarkan ke terminal kota untuk diambil langsung oleh penjual.

#### **a. Jenis Modal Penjual Pakaian *Thrift***

Saat awal penjualan, penulis menemui ada dua jenis modal yang digunakan oleh penjual pakaian *thrift*, yakni:

1. Penjual dengan modal pakaian paketan. Pakaian yang diperoleh dari paketan biasanya adalah pakaian dari *ballpress* yang telah dipilih-pilih.

Paketan ini biasanya dibandrol harga mulai dari Rp 1.000.000. Paketan ini biasanya dipesan oleh penjual yang masih pemula, berjualan *online*, dan menginginkan perputaran modal yang cepat. Pemesanan paket usaha ini biasanya dilakukan lewat *marketplace* dari luar kota seperti Jakarta dan Bandung. Penjual yang penulis jumpai menggunakan jenis model ini adalah Thrift Shop Premium by.maikha.id.



Sumber : Shopee @twelve.garage

**Gambar 4.12. Paketan Pakaian Thrift di Marketplace**

Saat ini, banyak pelaku usaha pakaian bekas yang menawarkan usaha paketan, salah satunya *e-commerce* seperti Shopee (Wibowo, 2022).

2. Penjual dengan modal pakaian *ballpress*. Penjual jenis ini biasanya adalah orang-orang yang sudah lebih dari 1 tahun berjualan, sehingga lebih berani untuk memberi modal besar. Harga yang dibeli tiap-tiap *ballpress* juga berbeda. Adapun informasi harga *ballpress* yang penulis dapati, yakni *ballpress* celana mulai dari Rp 8.000.000 s/d Rp 10.000.000 tergantung dari jenis celana, *ballpress* kemeja Rp 10.000.000, dan *ballpress* sepatu Rp

35.000.000. Adapun penjual *thrift* yang penulis jumpai menggunakan model ini adalah penjual *thrift* di Pasar Sayur Kota dan toko nge-Thrift.

Pada satu *ballpress* hanya diisi dengan satu jenis yang sama. Sebagai contoh, jika penjual memesan satu *ballpress* celana, maka penjual akan memperoleh satu karung berukuran besar yang di dalamnya ada sekitar 100 pcs celana. Begitu juga dengan jenis pakaian lain, sedangkan yang membedakan adalah jumlah pcs di setiap karungnya karena hal tersebut dipengaruhi oleh tebal/tipisnya bahan dan ukuran pakaian.

Pakaian dalam *ballpress* ini pada umumnya masih dalam kondisi asli dan belum dicuci. Sebagaimana yang dikatakan Safna (20 tahun) selaku karyawan toko nge-Thrift saat ditanya mengenai kondisi pakaian.

“Jadi, ini kita belum *laundry* juga, cuma di *vacum* aja”. (Wawancara 1 Februari 2023)

Informasi serupa juga penulis dapati dari penjual pakaian *thrift* lainnya, yakni Ashido (23 tahun). Ia menyatakan bahwa jika pakaian dijual dalam kondisi telah dicuci, ada kemungkinan pembeli akan mengira pakaian tersebut milik penjual (*preloved*) bukan barang dari luar negeri. Maka dari itu, penjual lebih memilih untuk tidak mencucinya.

“Oh, itu kan, gimana ya. Di *laundry* itu ya karena sudah rapi, sudah digosok. Kan, kalau di *ball* kan di *press* kan, kusut, mungkin bau apa gitu kan, di *laundry* lagi biar wangi. Kalau orang sih sukanya yang masih asli, belum diapa-apain, karena kalau kita cuci nanti dikira bukan baju dari *ball*, tapi dari *preloved*. Pakaian sendiri”. (Wawancara pada tanggal 7 Februari 2023)

Kondisi pakaian yang belum dicuci bertujuan agar keaslian dan mutu pakaian tetap terjaga. Hal ini juga berdasarkan preferensi pembeli yang lebih suka mendapatkan pakaian dalam kondisi asli.

## b. Perlakuan Pakaian *Thrift*

Begitu *ballpress* sampai di tangan penjual, pakaian tidak bisa langsung dijual. Melainkan ada beberapa hal yang dilakukan terlebih dahulu, di antaranya:

1. Membuka *ballpress* dengan menggunakan tang karena karung yang digunakan untuk membungkus pakaian menggunakan kawat sebagai pengikatnya.



Sumber : Instagram @ngethriftmania

**Gambar 4.13. Foto *Ballpress* Milik Toko nge-Thrift**

2. Pakaian-pakaian disortir. Adapun hal-hal yang diperhatikan saat menyortir pakaian yakni berupa noda, kelengkapan aksesoris/kancing, serta ada atau tidak adanya robekan. Jika saat menyortir ditemukan pakaian yang tidak layak jual karena adanya *defect* seperti noda atau robek, ada beberapa kemungkinan yang dapat dilakukan:
  - a. Tetap dijual dengan harga sangat murah.
  - b. Menjadi milik penjual untuk pemakaian pribadi.
  - c. Pakaian dibuang.

3. Menentukan harga. Beberapa poin yang menjadi penentu yakni bahan pakaian, *brand*, model pakaian.
4. Pakaian-pakaian yang telah disortir dan ditentukan harga-harganya, kini sudah siap untuk dijual. Sesuai dengan temuan penulis, penjualan pakaian di Kecamatan Banda Sakti saat ini bisa dilakukan dengan dua cara.
  - a. Dijual secara *offline* dengan berinteraksi langsung dengan pembeli, sebagaimana yang dilakukan oleh penjual di Pasar Sayur Kota dan Thrift Shop Premium by.maikha.id. Pada kedua toko ini, penulis menemui pakaian *thrift* biasanya hanya ditumpuk begitu saja dan beberapa dipajang dengan menggunakan hanger. Adapun pada bagian yang ditumpuk, penjual akan menampilkan kepala kodi agar menarik minat pengunjung.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.13. Tampilan Penjualan Pakaian Thrift**

- b. Penjualan dilakukan secara *online*, seperti yang dilakukan toko nge-Thrift dan Thrift Shop Premium by.maikha.id dengan memanfaatkan platform Instagram. Pakaian-pakaian yang telah lolos sortir, akan dipotret satu persatu, lalu diunggah. Adapun tata cara pemesanan secara melalui Instagram, yakni pertama, pembeli mengirimkan *Direct Message* terlebih dahulu untuk mengetahui

ketersediaan dan harga barang. Jika barang yang diinginkan tersedia, maka langkah kedua adalah menyelesaikan pembayaran. Ketiga, barang siap dikirim dengan menggunakan jasa ekspedisi, seperti J&T ataupun jasa ekspedisi lain.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara penulis dengan informan, ada dua jenis cara pembayaran saat *thrifting*. Pertama, membayar secara tunai pada saat transaksi. Kedua, membayar secara kredit, biasanya cara ini berlaku untuk orang-orang yang sudah dekat dengan penjual. Pada tipe ini, pembeli akan memesan dan membawa barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada hari berikutnya. Sebagaimana yang pernah dilakukan dan dituturkan oleh Ai (25 tahun) saat wawancara.

“Palingan karena sekarang keuangan juga gak ada jadi paling ke monza gini aja. Kalau misalnya ada masuk (*ball*) lewat, kalau enak di mata, bagus di mata, beli. Kalau misalnya gak ada duet sekarang, bisa simpan nanti ambil barang. Kami memang sering gitu, apalagi kalau sudah langganan kaya Mak Winda gini. Kadang kasih barang dulu, “nanti duitnya nyusul yak Mak Winda ya?” “ya, boleh”. (Wawancara pada tanggal 31 Maret 2023)

Ketika persediaan pakaian *thrift* di toko sudah habis terjual, penjual akan melakukan pemesanan ulang ke agen. Namun, jika dalam satu kali penjualan *ballpress* ada pakaian-pakaian yang sulit laku, maka penjual akan melakukan *sale*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Mona (20 tahun).

“Soalnya kan ini kan *thrift* dia ada *brand*. Kalau dapat kita kaya Uniqlo, Adidas, itu harganya mungkin seratus ribu, tapi kalau yang kaya biasa-biasa yang ini harganya *start* dari dua puluh ribuan sampai lima puluh ribu. Ada, ya ada kaya gini dia barang kami setiap hari Jumat itu kami *sale*. Barang-barang yang sisa-sisa sudah ini kami *sale*. Ada yang lima belas ribu, ada yang dua puluh ribu”. (Wawancara pada tanggal 12 Oktober 2022)

Sama halnya saat berbelanja pakaian baru di toko, berbelanja pakaian *thrift* juga sangat fleksibel. Hal ini dibuktikan dengan adanya kebebasan pelanggan untuk mencoba baju sebelum membelinya. Tentunya untuk memastikan kenyamanan dan kesesuaian ukuran. Jika harga yang ditawarkan dirasa kurang cocok, pembeli akan negosiasi. Namun, jika pakaian dirasa nyaman dan harganya sesuai, biasanya pembeli akan langsung melakukan pembayaran dan membawa pulang pakaian *thrift* ke rumah.

### **c. Regulasi Pakaian *Thrift* di Kota Lhokseumawe**

Pada dasarnya pakaian *thrift* merupakan barang ilegal, sebagaimana karena ada ketentuan Permendag No. 40 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor Dan Barang Dilarang Impor. Merujuk pada Official Website Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2023), pemerintah telah memutuskan untuk melarang impor pakaian bekas guna menjaga kepentingan umum, keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan. Kedatangan pakaian bekas ke wilayah Indonesia menyebabkan harga menjadi sangat rendah, menyebabkan produk domestik mengalami ketidakmampuan bersaing, bahkan mengancam kelangsungan industri garmen dengan potensi dampak negatif terhadap perekonomian negara.

Namun, pada kenyataannya kegiatan pengadaan dan jual, beli pakaian *thrift* masih terus ada. Hal ini dikarenakan masih adanya agen atau orang-orang yang menjadi perantara. Berdasarkan wawancara, diketahui barang-barang yang dijual di Kota Lhokseumawe berasal dari Medan. Hal ini juga didukung oleh temuan Safrizal (2016) yang menyatakan bahwa pakaian-pakaian yang dijual di Kota Lhokseumawe diperoleh penjual dari Kota Medan.

Beredarnya pakaian bekas di Kota Lhokseumawe hingga saat ini disebabkan oleh pakaian-pakaian tersebut berasal dari luar daerah menggunakan jalur darat, sehingga penegak hukum setempat tidak bisa menindaklanjuti. Sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu pegawai Bea Cukai Kota Lhokseumawe, Saiful (33 tahun) bahwa.

“Jadi gini, kaitannya dengan kepabeanan kalau seandainya dia sudah beredar di pasar, kita tidak bisa lagi melakukan tindakan, untuk dari kepabeananya ya. Karena kita gak bisa memastikan apakah itu barang eks impor, eks luar negeri, atau jangan-jangan dari Jawa ada pengepulnya nanti dijual. Nah, itu kita tidak bisa bedakan. Makanya ketika sudah beredar di pasar, kita tidak bisa. Misal, ada yang jual di pasar mana gitu. Kita tahu dia jualan pakaian bekas, lalu kita lakukan penindakan, itu tidak bisa, kalau dari sisi kepabeanan. Kecuali memang masuknya dari sini baru bisa kita tangani. misalnya dia pengangkutan nih dari Malaysia atau dari mana pakai kapal. Kita ketemu, nah itu dari sisi kepabeananya ada wewenangnya. Tapi ketika dia sudah beredar, kita tidak bisa lagi. Makanya kalau ada yang jual, lalu kita lakukan penindakan, itu gak bisa. Karena itu tadi, kepabeananya di arus keluar-masuk barang dari luar negeri.” (Wawancara pada tanggal 13 Desember 2023)

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam konteks kepabeanan, setelah suatu barang, seperti pakaian bekas, sudah beredar di pasar, pihak Bea Cukai tidak lagi dapat melakukan tindakan kepabeanan secara efektif. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan untuk memastikan asal-usul barang tersebut setelah berada di pasar. Ketidakmampuan tersebut melibatkan sulitnya membedakan antara barang impor, barang luar negeri, atau barang lokal yang mungkin dikumpulkan dan dijual kembali. Jika barang tersebut sudah berada di pasar dan dijual, penindakan kepabeanan menjadi sulit dilakukan. Pihak berwenang hanya dapat menangani kepabeanan jika dapat memastikan masuknya barang dari luar negeri melalui jalur resmi, seperti pengangkutan melalui kapal dari negara tertentu. Dengan kata lain, kendali kepabeanan lebih dapat dilakukan pada tahap masuknya barang ke wilayah negara Indonesia, pada fenomena pelabuhan-pelabuhan yang ada di

sekitar Kota Lhokseumawe. Setelah barang tersebut beredar di pasar, kewenangan untuk tindakan kepabeanan menjadi terbatas. Hadiguna (2023) menyatakan salah satu jalur yang digunakan untuk menyelundupkan pakaian bekas impor yakni dengan menggunakan mobil atau truk yang melewati jalur darat. Informasi serupa juga penulis dapati dari H. Siburian (64 tahun)

“Kadang-kadang juga, sekali-sekali dikirim pake bus, karena sudah langganan di sana. Ada apa-apanya kan, nomor hp, lengkap semua. Duitnya transfer dulu. Gitu”. (*Wawancara pada tanggal 8 Maret 2023*)

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa proses pengiriman pakaian dari kota asal ke Kota Lhokseumawe menggunakan kendaraan jalur darat, yakni bus. Pemilihan bus sebagai sarana pengiriman memiliki peluang untuk menghindari pihak berwajib. Sedangkan untuk keamanan penjualan pakaian bekas, H. Siburian (64 tahun) pada saat wawancara menyatakan bahwa:

“Kalau kami, jam-jam setengah 9. Kalau ada orangnya, sampai jam-jam 7. Tidak tentu juga. Iya. Aman, aman di sini. Daerah sini termasuk aman. Kalau kami, bayar ongkos lah, pajak apanya 5000 1 hari. Kalau dulu, 3000. Baru-baru ini naik 2000. Naik terus dia. Kalau kami dulu di sana tidak ada pajaknya. Ada, sore-sore nanti dia mengutip. Semua ini nanti dikutip, bukan kita aja”. (*Wawancara pada tanggal 8 Maret 2023*)

Berdasarkan informasi tersebut, maka dapat diketahui bahwa untuk memastikan keamanan menjual pakaian bekas, penjual diminta untuk berpartisipasi dalam keamanan yang diselenggarakan oleh petugas setempat. Adanya petugas keamanan tersebut berfungsi sebagai orang yang menjaga pakaian-pakaian di Pasar Sayur Kota ketika penjual pulang. Adapun syarat utama bagi penjual pakaian bekas untuk mendapatkan jaminan keamanan tersebut dengan membayar iuran keamanan sejumlah yang telah ditentukan, dalam hal ini berjumlah Rp 5000 per hari. Besaran jumlah iuran yang dikeluarkan oleh penjual juga telah

mengalami perubahan, dari yang semulanya Rp 3000 per hari, kini menjadi Rp 5.000 per hari.

#### **d. Awal Mula Masyarakat Mengetahui *Thrift***

Adapun awal mula masyarakat Kota Lhokseumawe mengetahui tentang pakaian *thrift* berasal dari orang-orang terdekat. Berdasarkan hasil wawancara, adapun orang-orang terdekat seperti keluarga dan teman. Sebagaimana informasi yang disampaikan oleh beberapa informan, yakni Linda (42 tahun), Ida (42 tahun), Mila (18 tahun), Nisa (22 tahun) dan Ai (25 tahun).

“Awal mula ibu tahu tentang monza ini dari kawan. Ya, “tengok-tengok barang di monza dulu yok?” “yok”. Kan bagus-bagus barangnya, barangnya kan kualitas juga, bagus-bagus karena barang dari luar negeri”. (Wawancara pada 10 Maret 2023)

“Awal mula ibu tahu tentang pakaian cuci gudang ini dari kawan ya, mulut ke mulut”. (Wawancara pada 10 Maret 2023)

“Dari dulu, orang mamak sering beli. Pokoknya adalah, satu bulan. Pas di WA sama penjual. Yang buat kakak suka beli monza karena bagus-bagus, murah lagi, cantik” (Wawancara pada 17 Maret 2023)

“Kaya mana ya, kalau lebih sering. Gini, tergantung, kalau sama mamak bilangnyanya monza, kalau sama kawan bilangnyanya *thrift*, apa *ngethrift*. Itu, pas kan banyak tuh kawan-kawan dari Palembang, Riau orang itu nanya “eh, disini gak ada *thrift*?” “apa tu *thrift*?” “monza gitu, gak ada?” “oh, ada keknya, itu di sana” “ya sudah, pergilah, nengok, kangen pula aku pengen beli monza. Kalau kubeli online nanti gak sesuai” Ya sudah, datanglah kami ke sini, berburu haha”. (Wawancara pada 24 Maret 2023)

“Dari temen kakak, kakak tanya-tanya sama dia karena bajunya cantik-cantik. Beli dimana? Katanya di monza. Cuma dulu kakak pernah juga belanja di monza, cuma gak di sini, di Medan. Di Medan kualitasnya pun kan cantik-cantik juga, cuma kan di sini kan dari Medan baru kesini. Cantik-cantik, kualitasnya bagus, hm bahannya awet gitu. Memang untuk barang, barang bekas. Tapi untuk kualitas memang tahan lama, karena kan dia barang impor semua, punya luar negeri. Gitu”. (Wawancara pada 31 Maret 2023)

Dari pernyataan yang disampaikan oleh informan, maka dapat diketahui bahwa orang terdekat sangat berpengaruh dalam pembelian pakaian *thrift*. Hal

serupa juga ditemukan pada penelitian Maulida (2019) yang menunjukkan bahwa dalam penggunaan pakaian bekas dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, sosial, adanya toko-toko pakaian bekas dan media massa.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.14. Momen Bersama Ida, Mila, dan Ai yang Mengetahui Informasi *Thrifting* di Kota Lhokseumawe dari Orang Terdekat**

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, hal ini menunjukkan adanya kesinambungan dengan teori yang penulis gunakan, bahwa faktor lingkungan merupakan salah satu alat timbang saat melakukan pembelian barang atau jasa. Faktor lingkungan adalah unsur-unsur yang berasal dari luar (eksternal) individu. Adapun unsur yang tergabung di antaranya keluarga, budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi/orang terdekat, keluarga, dan situasi (Razak, 2016).

Dalam kehidupannya, kita sebagai manusia memiliki keinginan untuk selalu berada dalam kebersamaan. Saat berinteraksi, memberi dukungan, berbagi, saling mempengaruhi, merupakan hal yang sering dilakukan. Selain itu, kehidupan manusia juga tidak terpisahkan dari berbagai lingkungan, seperti lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, dan lingkungan sekolah. Dalam setiap lingkungan tersebut, individu akan mengalami beragam pengalaman yang mampu mempengaruhi perubahan tingkah laku. Beberapa informan yang datang untuk berbelanja pakaian bekas di lokasi penelitian tidak hanya datang karena kualitas, merek, atau tren. Melainkan karena adanya ajakan dari orang-orang

terdekat seperti keluarga dan teman. Secara singkat, ini telah terbukti menjadi salah satu faktor utama yang membentuk preferensi dan perilaku konsumen.

#### **4.2.2. Motif Masyarakat Melakukan *Thrift* di Kota Lhokseumawe**

Setelah membahas sejarah *thrift* di Kota Lhokseumawe, adapun pembahasan lainnya yakni motif atau alasan yang mendasari masyarakat Kota Lhokseumawe membeli pakaian *thrift*.

##### **a. Klasifikasi Konsumen *Thrift* dan Jenis Barang *Thrift***

Kegiatan *thrift* yang mengacu pada membeli pakaian bekas atau dengan harga murah, dapat dilakukan oleh berbagai kalangan dan tidak terbatas pada satu kelompok tertentu. Berdasarkan temuan penulis, adapun kalangan peminat *thrift* akan penulis klasifikasikan berdasarkan usia dan jenis barangnya, yakni:

##### **1. Kelompok Remaja**

Lewat observasi penulis, penulis mendapati peminat pakaian *thrift* lebih banyak berasal dari kelompok remaja. Baik perempuan maupun laki-laki yang usianya berkisar 18-25 tahun, dari kalangan pelajar dan mahasiswa. *Thrift* digemari oleh kelompok remaja karena pada umumnya remaja yang masih dalam masa sekolah/ perguruan tinggi memiliki keterbatasan finansial. Sehingga *thrift* menjadi pilihan para remaja untuk mendapatkan pakaian dengan harga yang jauh lebih terjangkau daripada membeli pakaian baru. Saat membeli pakaian *thrift*, mereka dapat memperoleh pakaian berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan wawancara, penulis mendapati alasan bahwa informan memilih *thrift* karena *branded* dan model baju yang tidak

pasaran. Seperti apa yang disampaikan oleh Yuliatika (21 tahun) saat wawancara bahwa:

“Sisi positif dapat yang *brand*, trus murah. Kan kadang kalau di Mall harganya 200, disini bisa dapat 20rb. Karena barangnya gak ada yang sama, sama dipakai orang lain. Dah gitu aja, karena misalnya kita beli di Suzuya itu semuanya sama”. (Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023)

Hal serupa juga disampaikan oleh Mona (20 tahun) selaku penjual pakaian *thrift* saat wawancara. Bahwasannya kelompok remaja melakukan *thrifting* karena bisa memperoleh banyak pakaian dengan berbagai macam model dan merek untuk kegiatan kuliah.

“Eee..., ada. Bapak-bapak yang lewat-lewat, tapi yang seringnya anak kuliah. Kan orang ini butuh banyak baju untuk ganti-ganti *outfit*, banyak gaya”. (Wawancara pada tanggal 12 Oktober 2022)

Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa *thrifting* menarik bagi kelompok anak muda, karena memberi mereka akses untuk memiliki pakaian dari *brand* ternama dengan harga yang terjangkau. Hal ini juga menjadi kesempatan untuk para remaja bisa mengeksplorasi gaya yang lebih unik. Lewat *thrifting* juga para remaja jadi memiliki lebih banyak jenis pakaian sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas sehari-hari.





Sumber : Milik Informan, 2023

**Gambar 4.15. Pakaian Thrift Branded**

## 2. Kelompok Dewasa

Tidak hanya kelompok remaja, penulis juga menjumpai orang dewasa dengan rentang umur 26-45 tahun terlibat dalam *thrifting*. Kalangan ini merupakan ibu rumah tangga dan pekerja. Alasan mereka tertarik pada pakaian *thrift* tidak jauh berbeda dengan kelompok remaja. Selain murah, orang dewasa memilih pakaian *thrift* karena menurut mereka kualitas bahan pakaian yang ada di *thrift* tergolong bagus.

Seperti apa yang disampaikan oleh Ida (42 tahun) saat wawancara, bahwa ia memilih pakaian *thrift* karena bahan yang didapat tergolong nyaman, terlebih untuk pemakaian anak-anak.

“Tergantung, pakaian anak-anak, ada yang bongkar bal anak-anak, anak-anak. Pakaian orang dewasa, dewasa juga. Lebih seringnya untuk anaknya. Apalagi mau dekat lebaran, cari tu, mana tahu ada yang cantik-cantik kan. Kalau ada yang cantik, dibeli. Kalau gak dapat yang cantik, ya enggak hehe. Bahannya, yang adem yakan diambil. Kan bahannya beda-beda. Yang dingin gitu ya, katun-katun, kaos-kaos anak-anak. Ya tengok bahan yang enak dipakai aja, pokoknya yang masih bagus, yang dingin kainnya. Itu aja, Kan macam-macam bahannya, ada yang panas juga. Kita pilih yang kaya kaos-kaos, katun, adem-adem bahannya”. (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

Berdasarkan informasi tersebut, maka dapat diketahui bahwa orang dewasa cenderung lebih sering membeli pakaian untuk anak-anaknya.

Adapun pakaian yang dicari yakni pakaian dengan bahan yang nyaman digunakan, khususnya katun. Orang dewasa tidak terlalu mementingkan merek atau *brand* tertentu, namun lebih fokus pada kebutuhan dan preferensi anak-anak mereka.

#### **b. Konsumen Berdasarkan Latar Belakang Ekonomi dan Pendidikan**

Kelompok konsumen *thrifting* bisa sangat bervariasi berdasarkan latar belakang ekonomi dan pendidikan. Beberapa faktor yang mempengaruhi pola berbelanja *thrift* antara kelompok ini termasuk preferensi, prioritas, dan pengetahuan tentang barang-barang bekas. Adapun beberapa kelompok konsumen *thrifting* yang penulis jumpai berdasarkan latar belakang ekonomi dan pendidikan antara lain:

##### 1. Kelompok Ekonomi Menengah ke Bawah

Konsumen dengan pendapatan yang terbatas cenderung berbelanja *thrift* karena alasan harga yang murah. Selain itu, mereka tertarik melakukan *thrifting* karena mereka menganggap pakaian *thrift* memiliki kualitas yang bagus. Hal ini menunjukkan kesesuaian dengan teori perilaku Razak (2016), bahwa keputusan untuk memilih barang murah dapat dijelaskan sebagai upaya rasional untuk mengoptimalkan pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan konsumen. Adapun waktu-waktu tertentu pembelian pakaian *thrift* yang kelompok lakukan ini berdasarkan pernyataan wawancara dengan salah satu informan Linda (42 tahun) bahwa:

“Kalau ini mau dekat lebaran, ya sering kita tengok barang. Kalau udah buka bal”. (*Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023*)

Informasi serupa juga disampaikan oleh Ida (42 tahun) saat wawancara dengan penulis.

“Lebih seringnya untuk anaknya. Apalagi mau dekat lebaran, cari tu, mana tahu ada yang cantik-cantik kan”. (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

Maka, dapat disimpulkan bahwa adapun waktu pembelian pakaian *thrift* pada kelompok ini biasanya dilakukan pada saat waktu-waktu tertentu, seperti hari raya.

## 2. Kelompok Ekonomi Menengah ke Atas

Orang kelas atas juga bisa mencari barang *thrift* karena mereka ingin mengekspresikan gaya pribadi mereka yang unik dan berbeda. Barang-barang bekas sering memiliki karakter dan estetika yang berbeda dari barang-barang baru. Pada kelompok ini biasanya mereka melakukan *thrift* secara spontan, sebagaimana yang dinyatakan oleh Nisa (22 tahun) saat wawancara bahwa.

“Gak sering kali sih, tergantung kebutuhan. Misalnya gini, mau pigi kan “mak, ini baju asik-asik baju ini. Keknya aku pergi lah tengok-tengok dulu, kalau ada yang pas, kalau gak ada ke store” Kek gitulah, tergantung”. (Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023)

## 3. Pelajar/ mahasiswa

Pelajar ataupun mahasiswa seringkali memiliki anggaran terbatas. Oleh karena itu, banyak dari mereka memilih *thrifting* agar mendapatkan pakaian bagus yang bisa digunakan secara saat *hangout* maupun berkuliah. Kelompok pelajar/ mahasiswa ini biasanya akan melakukan *thrifting* saat mereka sedang memiliki dana lebih (tabungan). Mengingat, sebagian pelajar/ mahasiswa kebanyakan belum mempunyai penghasilan. Sebagaimana informasi yang dituturkan oleh Agil (19 tahun) saat wawancara.

“Sebulan sekali sih, nabung dulu kalau udah cukup. Kalau nge-*thrift* nyari merek, lebih ke merek. Pastinya merek yang dari luar lah kak”. (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

### c. Tipologi Motif *Thrifting*

Adapun pembahasan lainnya yakni motif atau alasan yang mendasari masyarakat Kota Lhokseumawe melakukan *thrifting*. Hal ini meliputi sudut pandang dari penjual pakaian *thrift* dan juga pembeli/ peminat *thrifting*. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan informan, penulis telah mengidentifikasi beberapa alasan mengapa masyarakat tertarik untuk membeli pakaian *thrift* di antaranya:

#### 1. Motif Ekonomi

Hingga saat ini harga murah masih menjadi jawaban yang paling banyak dilontarkan oleh para peminat pakaian *thrift* ketika ditanya mengenai apa alasan mereka membeli pakaian *thrift*. Hal ini dapat dilihat berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu pembeli di lokasi penelitian, yakni Linda (42 tahun) yang menyatakan bahwa:

“Iya, enak aja kan. Harganya murah, barangnya berkualitas. Ya, kita kan tengok bahannya, cantik kan, pasti mereknya cantik. Kalau misalnya Uniqlo, Uniqlo kan bagus dia bahannya”. (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

Dari pernyataannya ia berpendapat bahwa dengan membeli pakaian melalui *thrift*, ia sudah bisa mendapatkan pakaian dengan harganya yang murah dan kualitas pakaian yang didapat tergolong bagus.

Pernyataan serupa juga diucapkan oleh Iwan (41 tahun) yang saat itu sedang memilih-milih pakaian *thrift* ditemani oleh istrinya Ida (42 tahun). Ia menyampaikan bahwa dengan jumlah nominal uang yang sama,

jumlah potongan pakaian yang didapat dari *thrift* akan lebih banyak jika dibandingkan dengan membeli pakaian di toko.

“Ini dek, ekonomi sekarang uang seratus ribu minimal kan dapatnya satu biji. Nah, kalau disini kan bisa dapat tiga. Jadi, orang yang jualan baju ini membantu juga masyarakat yang tidak punya duit. Jadi, kalau kek gini buka *ball*, orang banyak datang kesini, cari baju anak-anak kek gini. Kadang-kadang kita masyarakat nih, masyarakat-masyarakat miskin nih uangnya terjangkau. Lain orang kaya, tapi orang kaya pun larinya kesini juga”. (*Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023*)

Menurut Iwan (41 tahun), adanya pakaian *thrift* ini sangat membantu masyarakat. Bagi masyarakat dengan kemampuan ekonomi menengah ke bawah, pilihan pakaian *thrift* ini bisa menjadi pilihan bijak. Sebab kebutuhan untuk makan sehari-hari dapat diutamakan, begitu juga dengan kebutuhan pakaian dapat terpenuhi melalui alternatif *thrifting*. Bahkan hal tersebut juga tidak menutup kemungkinan dialami oleh masyarakat kelas ekonomi atas.

Adanya *thrifting* membuat masyarakat memiliki alternatif untuk punya pakaian yang bagus dan beragam. Perbedaan harga yang didapat dari pakaian *thrift* dan pakaian toko, membuat masyarakat jadi bisa lebih mengalokasikan uangnya untuk kebutuhan yang lebih penting. Pada penelitian Hasnah (2019) bahwa dengan harganya yang murah dan merakyat, hal tersebut sangat membantu mereka yang hanya memiliki uang pas-pasan namun masih ingin terlihat trendy dengan memakai pakaian import yang bagus.

## 2. Motif Kualitas

Saat memilih pakaian *thrift* tidak jarang, pembeli akan menjumpai pakaian dengan bahan yang bagus. Maka dari itu, kualitas juga menjadi

alasan mengapa masyarakat tertarik untuk membeli pakaian *thrift*. Beberapa orang percaya bahwa barang-barang yang berasal dari luar negeri memiliki kualitas yang lebih baik dan lebih tahan lama dibandingkan dengan produk-produk lokal. Seperti yang diucapkan oleh Ai (25 tahun) saat wawancara dengan penulis bahwa:

“Cantik-cantik, kualitasnya bagus, hm bahannya awet gitu. Memang untuk barang, barang bekas. Tapi untuk kualitas memang tahan lama, karena kan dia barang impor semua, punya luar negeri. Gitu. Baju, sweater-sweater gitu. Di sini kan *sweater*-nya lebih cantik, lebih tebal, lembut lagi. Paling kalau misalnya dapat celana, celana. Karena celana kan model besar ukurannya, XXL, apalagi orang gemuk kek gini. Ini nyaman lah belanja di sini, pokoknya pakaian ini top bagi kakak. Dipakai bisa tahan lama dia. Gak cepat, gimana ya gak cepat jelek karena kualitasnya bagus, punya luar. Cuma ya, bisa tahan lama lah dipakai, bisa tahun-tahun gitu. Beda sama barang-barang Indonesia”. (*Wawancara pada tanggal 31 Maret 2023*).



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2022

**Gambar 4.16. Pakaian Jenis Sweater**

Menurutnya, pakaian *thrift* memiliki kualitas yang bagus sebab bisa dipakai berulang dalam jangka waktu yang lama. Selain itu, melalui *thrifting* orang-orang dengan ukuran badan yang besar juga akan lebih mudah menemukan ukuran celana yang tepat. Jika dilihat dari asal negara pakaian-pakaian ini diperoleh, tentunya sangat rasional ukuran pakaian

*thrift* cocok untuk orang-orang berbadan besar. Mengingat orang Eropa rata-rata memiliki ukuran badan lebih besar jika dibandingkan dengan kita, orang Asia.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ressi (22 tahun) saat wawancara dengan penulis, bahwa kualitas pakaian merupakan salah satu pertimbangan saat membeli pakaian *thrift*.

“Pekan mingguan. Trus ada orang kok banyak-banyak milih, milih apa. Trus ikut-ikutan. Pertama gengsi juga sih, kek “ih pake baju bekas, kan malu gitu”, kan. Trus lama-lama mau juga sesekali cobalah dulu, rupanya bagus. Ya sudah, berkelanjutan kek bagus beli bekas bisa ganti-ganti bajunya, murah lagi, bagus lagi kualitasnya daripada beli baru kan. Bagus, barangnya bagus kek sekarang itukan ada toko Serba 35.000, kek lebih bagus *thrifting* barangnya bagus, kalau Serba 35.000 itu kan kainnya panas walaupun baru. Jadi, lebih bagus kek *thrifting*, kualitasnya bagus. Pande-pande milih juga sih”. (*Wawancara pada tanggal 31 Maret 2023*)

Berdasarkan informasi di atas, maka dapat diketahui bahwa kualitas pakaian *thrift* yang bagus menjadi alasan masyarakat masih minat pada *thrifting*. Beberapa jenis bahan pakaian yang dianggap bagus dan nyaman ketika dikenakan, yakni yang berbahan katun dan wol. Sedangkan untuk celana berbahan denim dan *twill*. Agar memperoleh pakaian dengan kualitas yang bagus, tentunya harus diimbangi dengan kemampuan pembeli memilih dan memilah pakaian. Hal ini tentunya akan menguras tenaga dan waktu, mengingat pakaian-pakaian *thrift* biasanya hanya ditumpuk begitu saja.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.17. Pengunjung Memilih Pakaian**

### 3. Motif Merek

Merek juga termasuk ke dalam alasan masyarakat mau melakukan *thrifting*. Sebagaimana yang penulis dapati saat wawancara di lapangan, beberapa pengunjung mengatakan alasan mereka melakukan *thrifting* untuk mendapatkan pakaian-pakaian dari merek terkenal. Seperti yang dinyatakan oleh Agil (19 tahun) bahwa:

“Kalau nge-*thrift* nyari merek, lebih ke merek. Pastinya merek yang dari luar lah kak. Kaya *hoodie* biasanya Dickies, Nike. Kalau dia kaya jaket, biasanya cari Adidas. Kaos rugby, kebanyakan sih *hoodie*. Kalau jackpot sih, dapat *brand* yang bagus, harga murah, bikin seneng”. (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

Informasi serupa juga penulis dapati dari pembeli lain, yakni Yuliatika (21 tahun) yang menyampaikan bahwa:

“Pas milih barang lebih ke merek sih. Kalau nyari barang-barang itu aku nyari yang dari paling bawah, karena biasanya yang bagus-bagus itu ditaruh paling bawah. Makanya kita pande-pande nyari kalau nge-*thrift*. Trus kadang aku nyari yang merek kek Polo, HnM, yang masih bagus-bagus”. (Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023)

Berdasarkan informasi di atas, maka dapat diketahui bahwa tujuan selain diperoleh dari toko asli, pakaian bermerek juga dengan mudah dijumpai saat *thrifting*. Tentunya dengan harga yang jauh lebih murah. Sama halnya saat mencari pakaian *thrift* berbahan bagus, untuk mendapatkan “jackpot” pembeli harus sabar memilih satu persatu pakaian yang ada di tumpukan.

Dalam konteks *thrifting*, istilah "jackpot" digunakan untuk menggambarkan temuan yang luar biasa atau sangat menguntungkan. Ketika seseorang menemukan sesuatu yang dianggap berharga, langka, atau bermerek dengan harga yang sangat terjangkau di toko *thrift*, mereka sering menggambarkan pengalamannya sebagai "jackpot". Misalnya, jika seseorang menemukan pakaian desainer yang masih dalam kondisi bagus dengan harga yang jauh lebih rendah daripada harga aslinya, mereka akan mengatakan bahwa mereka telah mencapai "jackpot". Istilah ini mencerminkan kegembiraan dan kepuasan yang dirasakan ketika seseorang menemukan barang yang dianggap sebagai penemuan berharga saat *thrifting*.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.18. Pakaian Thrift Bermerek**

Kesamaan mengenai ketertarikan orang menggunakan pakaian bermerek juga ditemukan dalam penelitian dari Anggraini (2012). Hasil temuannya didapati bahwa orang cenderung memilih untuk mengenakan pakaian bermerek karena adanya hubungan dengan gambaran diri, di mana orang percaya bahwa menggunakan produk bermerek dapat meningkatkan status mereka.

#### 4. Motif Model Pakaian

Saat melakukan *thrifting*, tidak jarang pembeli akan menemukan model pakaian yang tidak jarang dijumpai. Hal ini juga menjadi alasan masyarakat tertarik melakukan *thrifting*. Sebagaimana yang dituturkan oleh Mona (20 tahun), ia menyatakan bahwa model dari pakaian *thrift* banyak yang unik dan diminati oleh pembeli.

“Kayak mana ya, baju-bajunya itu unik karena modelnya gak ada disini. Jadikan menjualnya pun mudah, banyak yang minat”.  
(Wawancara pada tanggal 12 Oktober 2022)

Informasi serupa juga penulis dapati dari Yuliatika (21 tahun) saat wawancara bahwa:

“Karena barangnya gak ada yang sama, sama dipakai orang lain. Dah gitu aja, karena misalnya kita beli di Suzuya itu semuanya sama”. (Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023)

Dari informasi tersebut dapat diketahui bahwa dengan membeli pakaian *thrift* kecil kemungkinan kita memiliki pakaian yang sama dengan orang lain. Hal ini juga bisa memberi rasa bangga/percaya diri peminat *thrift* dengan apa yang mereka kenakan.

Berdasarkan hasil wawancara, adapun jenis pakaian *thrift* yang digandrungi masyarakat yakni pakaian jenis *crewneck* dan *hoodie*.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Safna (20 tahun) saat wawancara, bahwa:

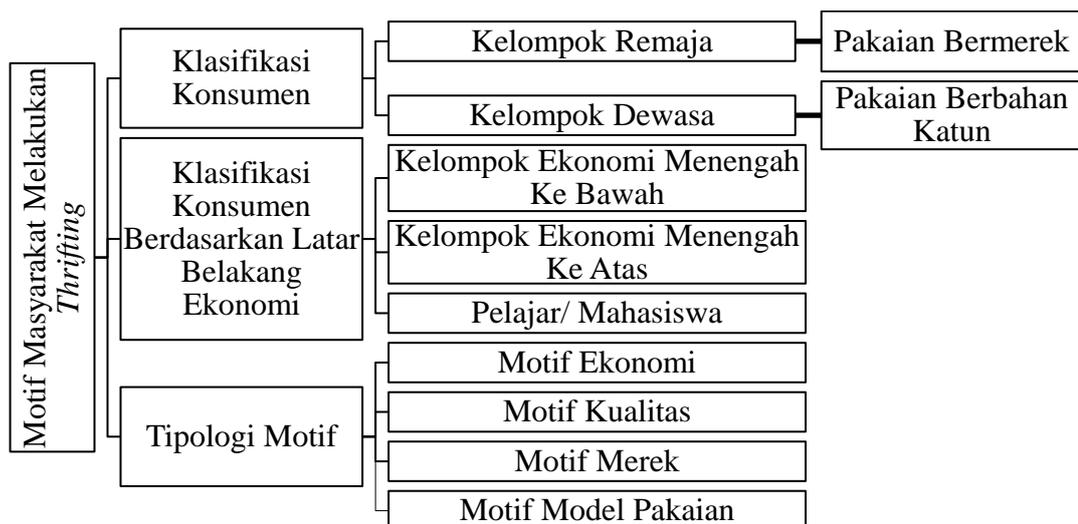
“Karena orang tau, di tempat lain cuma kaya jual kemeja sama *blouse* biasa. Jadi, kalau orang cari *crewneck* atau *hoodie*, langsung kemari”. (Wawancara pada tanggal 1 Februari 2023)



Sumber : Instagram @ngethriftmania

Gambar 4.19. Pakaian Jenis *Sweater* dan *Hoodie* di Toko nge-Thrift

Berikut ini penulis sajikan pula informasi dari pembahasan sub bab motif masyarakat melakukan *thrifting* di Kota Lhokseumawe dalam bentuk bagan, sebagai berikut.



Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Gambar 4.20. Motif Masyarakat Melakukan *Thrifting*

### 4.2.3. Pola Perilaku *Thrifting* Masyarakat di Kota Lhokseumawe

#### a. Pola Memilih *Thrift Shop*

Untuk bisa memperoleh pakaian *thrift*, para konsumen bisa mendapatkannya di berbagai *thrift shop*. Bisa melalui toko *online/ e-commerce*, toko *offline*, media sosial, ataupun pasar tradisional. Pemilihan *thrift shop* untuk membeli pakaian *thrift* biasanya didasarkan pada beberapa hal, seperti informasi yang penulis dapatkan saat wawancara dengan Linda (42 tahun), Iwan (41 tahun), dan Agil (19 tahun).

“Semua langganan, kalau sama opung ini sih udah langganan. Oh, udah lama langganannya. Kek tahun 90 an udah mungkin.” (*Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023*)

“Ini dek, kalau ekonomi sekarang uang 100rb minimal kan dapatnya satu biji. Nah, kalau disini kan bisa dapat tiga. Jadi, orang yang jualan baju ini membantu juga masyarakat yang tidak punya duit.” (*Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023*)

“Hm, dari kawan sih. Kaya, yok ngethrift yok nengok-nengok baju. Baru ya kesini, rupanya kenal sama ibu ini satu kampung. Di Tobasa, Balige kak. Karena menurut Agil disini lengkap aja sih kak, kaya apa yang mau dicari adanya di sini. Jenis yang paling sering dibeli itu kaos rugby, kebanyakan sih hoodie”. (*Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023*)

Dari hasil wawancara tersebut, maka dapat diketahui bahwa pemilihan tempat *thrifting (thrift shop)* oleh informan didasarkan pada kedekatan pembeli dengan penjual (langganan), harga, dan ketersediaan jenis pakaian *thrift* yang diminati konsumen.

Berdasarkan hasil observasi penulis di Kota Lhokseumawe, saat ini membeli pakaian *thrift* bisa dilakukan dengan sangat mudah. Hal ini dikarenakan, kita bisa menjumpai berbagai *thrift shop* yang hampir buka setiap hari. Seperti

beberapa tempat yang menjual pakaian *thrift* (*thrift shop*) yang penulis jumpai khususnya di Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, yakni:

1. Pasar Sayur Kota yang beralamat di Jalan Gudang III, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Dalam satu minggu, toko ini buka dari hari Senin-Sabtu dengan jam operasional mulai dari hari pukul 09.00-18.00 WIB. Di *thrift shop* ini kita bisa menjumpai berbagai jenis pakaian *thrift* laki-laki dan perempuan dari umur balita hingga dewasa. Adapun jenis pakaian *thrift* yang dijual mulai dari celana keper, *hoodie*, kaos, kemeja, jaket, jas, hingga pakaian olahraga. Karena ketersediaan pakaian di sini cukup lengkap, pengunjung yang pernah penulis jumpai di Pasar Sayur Kota ini pun juga beragam. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa.



*Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023*

**Gambar 4.21. Momen Saat Penulis Selesai Mewawancarai Pengunjung di Pasar Sayur Kota**

2. Toko nge-Thrift di Jalan Darussalam, Kampung Jawa, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Toko yang khusus menjual jenis pakaian *hoodie* dan *crewneck* ini buka pada hari Senin-Minggu dari pukul 10.00-23.00 WIB. Selain berjualan di toko, penjual juga memanfaatkan Instagram untuk berjualan dengan nama akun @ngethriftmania.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.22. Momen Saat Penulis Selesai Mewawancarai Penjual di Toko nge-Thrift**

3. Thrift Shop Premium by.maikha.id di Jalan Darussalam, Hagu Tengah, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Toko ini khusus menyediakan pakaian perempuan dengan berbagai macam jenis, mulai dari celana, kaos, kemeja, blazer, *hoodie*, dan gaun. *Thrift shop* ini bisa dikunjungi mulai dari hari Senin-Minggu pada jam 14.00-18.00 WIB.



Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

**Gambar 4.23. Thrift Shop Premium by.maikha.id**

#### **b. Pola Memilih Jenis Barang *Thrift***

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan, adapun jenis barang *thrift* yang paling banyak dipilih oleh konsumen yakni jenis pakaian kemeja. Hal ini dikarenakan mayoritas pengunjung lebih banyak berasal dari kalangan remaja yang masih berada di bangku kuliah seperti apa yang disampaikan oleh H. Siburian (64 tahun) selaku penjual pakaian *thrift* saat wawancara.

“Sekarang lebih banyak orang tau ketimbang dulu. Cuma sekarang ini lebih mahal, kek kek celana lee sekarang 20jt eh 10jt. Kemeja 10jt, celana keper 8jt. Mahal kali sekarang. Usaha kalau 100jt, paling 10 ball. Tergantung apanya juga lah. Sekarang ini kalau keper dia, paling murah 150rb. Hampir sampai 200 kan. Kalau buka ball, 200. Kalau kemeja-kemeja gitu, 65, 60. Macem-macem, cuma karena ini banyak anak kuliah kemeja yang paling sering dibeli”. (Wawancara pada tanggal 8 Maret 2023)

Informasi serupa juga disampaikan oleh Yuliatika (21 tahun) saat wawancara.

“Karena barangnya gak ada yang sama, sama dipakai orang lain. Dah gitu aja, karena misalnya kita beli di Suzuya itu semuanya sama. Seringnya beli itu kemeja. Semenjak KKN, tapi gak terlalu sering, jarang-jaranglah. Sebulan 2 atau 3 kali paling banyak”. (Wawancara pada tanggal 24 Maret)

### **c. Pola Memperlakukan Jenis Barang *Thrift***

Setelah membahas proses pakaian *thrift* diperoleh hingga ke tahap penjualan, sekarang kita membahas pakaian *thrift* dari sudut pandang pembeli. Pada saat pakaian telah dibawa pulang, pembeli tidak langsung menggunakannya. Dari hasil wawancara dengan informan, para informan yang membawa pulang pakaian *thrift* dengan sangat sadar mengetahui bahwa pakaian-pakaian tersebut masih dalam keadaan kotor. Mengingat wadah pakaian hanya berupa karung dan melalui perjalanan yang panjang. Seperti yang diucapkan oleh Ai (23 tahun) saat wawancara, bahwa:

“Oh, ada. Pertama, rendam dulu pake Bayclin untuk baju warna putih biar agak cerah warnanya. Trus, yang baju-baju yang berwarna, baju-baju yang bercorak kakak rendam dulu dengan Soklin, pewangi juga iya. Trus baru kakak sikat gitu, ada bagian yang ke mesin. Kakak stabilkan jugalah, mana yang bisa masuk ke mesin sama mana aja yang kakak cuci pake tangan. Karena dia kan kalau baju lembut, sayang kita masuk ke mesin nanti bajunya koyak pulak atau gimana. Paling kuek-kuek aja kalau barangnya. Yang penting terlebih dahulu, pulang gak langsung pake. Cuci terlebih dahulu, karena kan tau bahannya ini dalam bungkus”. (Wawancara pada tanggal 31 Maret 2023)

Maka, untuk membersihkan kotoran yang ada di pakaian *thrift* ada cara-cara yang mereka lakukan, di antaranya:

1. Memisahkan pakaian berwarna/bercorak dengan pakaian berwarna putih. Begitu juga sebaliknya, jika yang dibeli adalah pakaian berwarna putih. Hal ini dilakukan agar menjaga kualitas warna pakaian.
2. Pakaian direndam dengan menggunakan detergen dan air dengan suhu ruangan/air panas. Waktu perendaman ini dilakukan minimal 1 jam dan maksimal 48 jam.
3. Setelah melewati proses perendaman, proses selanjutnya adalah pencucian. Pakaian yang ada noda dan berbahan lembut akan dicuci secara manual dengan menggunakan tangan. Sebaliknya, pakaian yang bisa dicuci dengan menggunakan mesin akan diputar sebanyak 3 kali selama kurang lebih 15 menit.
4. Pakaian yang telah dicuci dan melewati proses bilas, penjemuran, setrika jika diperlukan, barulah pakaian bisa dikenakan. Perlu diketahui, saat menyetrika pastikan mengikuti petunjuk perawatan yang tertera pada label untuk menghindari kerusakan pada bahan.

Saat pembeli pakaian *thrift* mendapati di pakaiannya ada noda, para penjual akan merekomendasikan beberapa bahan campuran yang bisa digunakan saat mencuci. Sebagaimana informasi yang penulis dapati dari Nisa (22 tahun), Yuliatika (21 tahun) saat wawancara bahwa:

“Biasa aja sih, habis itu aku rendamnya 2 hari. Pake mesin cuci itu kan, sabunya 3 kali. 3 kali putar kan buang air, nanti isi sabun lagi. Habis itu ku jemur, kalau ada kurang bersih lagi kurendam lagi, karena kan kita gak tau bekas apa-apa. Kalau noda gitu, aku dibilangin sama opung ini pake Ajinomoto”. (*Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023*)

“Kalau nyuci tinggal direndam-rendam pake *baking soda* sama Daia bubuk. Didiemin, dah”. (Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023)

Berdasarkan uraian informasi di atas, maka dapat diketahui bahwa untuk mendapatkan pakaian yang lebih higienis, masyarakat Kota Lhokseumawe yang membeli pakaian *thrift* memperlakukannya dengan cara dicuci terlebih dahulu. Adapun noda-noda di pakaian dapat dihilangkan dengan menggunakan beberapa bahan campuran, contohnya seperti bahan aktif natrium hipoklorit (Bayclin), *baking soda*, bahkan bumbu dapur Ajinomoto.

#### **d. Pola Mengonsumsi/ Menggunakan Jenis Barang *Thrift***

Setelah membahas beberapa hal terkait *thrifting* di atas, pada bagian ini kita akan membahas pola mengonsumsi/ menggunakan jenis barang. Berdasarkan informasi yang penulis peroleh di lapangan, para konsumen menggunakan pakaian *thrift* pada berbagai kegiatan. Sebagaimana pernyataan dari Mona (20 tahun), Linda (42 tahun) dan Nisa (22 tahun) saat wawancara bahwa:

“Eee..., ada. Bapak-bapak yang lewat-lewat, tapi yang seringnya anak kuliah. Kan orang ini butuh banyak baju untuk ganti-ganti *outfit*, banyak gaya. Kemeja, *hoodie*. Kemeja sih, kalau anak perempuan kan sering kemeja untuk ganti-ganti”. (Wawancara pada tanggal 12 Oktober 2022)

“Kalau ini mau dekat lebaran, ya sering kita tengok barang. Kalau udah buka bal. Ini kita pakai sendiri. Ya, kita kan tengok bahannya kalau bahannya cantik kan pasti mereknya cantik kalau misalnya Uniqlo, Uniqlo kan bagus dia bahannya. Tergantung, kita beli berapa. Kalau banyak, ya banyak. Kalau kita ambil 2, ya misalnya 100, 120 Kalau kita mau dekat lebaran gini kan, banyaklah kita ambil”. (Wawancara pada tanggal 10 Maret 2023)

“Gak sering kali sih, tergantung kebutuhan. Misalnya gini, mau pigi kan “mak, ini baju asik-asik baju ini. Keknya aku pigilah tengok-tengok dulu, kalau ada yang pas, kalau gak ada ke store” Kek gitulah, tergantung. (Wawancara pada tanggal 24 Maret 2023)

Maka dari itu, dapat diketahui bahwa pertama, pakaian hasil *thrifting* dipakai sebagai pakaian sehari-hari. Kedua, digunakan sebagai kostum pada hari

besar seperti hari raya. Ketiga, sebagai pakaian yang digunakan dan dipakai pada hari tertentu sehingga bisa terlihat modis atau mencerminkan gaya pribadi mereka dan dibagikan ke sosial media yang dikenal dengan istilah *outfit of the day*.



Sumber : Milik Informan, 2023

**Gambar 4.24. Penggunaan Pakaian Thrift Sebagai *Outfit of The Day***

#### **e. Pola Perlakuan Terhadap Barang *Thrift* Yang Tidak Dipakai Lagi**

Setiap pakaian tentunya memiliki masa pakai. Masa pakai barang *thrift* dapat berbeda-beda tergantung dari berbagai faktor, antara lain jenis pakaian, kualitas bahan, intensitas penggunaan, dan bagaimana cara perawatan. Adapun perlakuan barang *thrift* yang sudah tidak terpakai lagi dapat bermacam-macam tergantung pada selera dan kondisi pribadi masing-masing. Salah satu perlakuan pada pakaian *thrift* yang tidak lagi dipakai, biasanya akan diberikan/ dibagikan dengan teman/ keluarga dan dijadikan sebagai kain lap. Seperti apa yang dituturkan oleh Ai (25 tahun).

“Kalau kakak pake, paling 1 tahun, 2 tahunan gitu. Trus kalau memang mau pake lagi, kadang ukuran badan kita udah gemuk gak muat lagi, kita kasih untuk adik-adik kita pun masih bagus bahannya. Kalau bahannya udah gak bagus, Kakak jadikan kain lap, gitu. Kalau misalnya ada air-air tumpah, bisa kita lap tapi kalau lap kompor gak juga. Sayang, karena memang cantik”. (Wawancara pada tanggal 31 Maret 2023)

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan pada bab sebelumnya terkait dengan *Thrifting* di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thrifting* di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Fenomena *thrifting* di Kota Lhokseumawe telah lama ada, yakni dimulai dari tahun 1990an. Tempat *thrifting* pertama kali berada di Pasar Sayur Kota Lhokseumawe. Salah satu perintis penjual pakaian *thrift* di Kota Lhokseumawe adalah H. Siburian (64 tahun). Saat ini *thrifting* mengalami perkembangan, hal ini dibuktikan dengan hadirnya toko khusus yang berkonsep dan peminat dari berbagai kalangan.
2. Tidak hanya kalangan remaja, kalangan dewasa juga dijumpai suka melakukan praktek jual beli pakaian bekas. Latar belakang ekonomi dan pendidikan peminat pakaian bekas juga beragam, mulai dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, kalangan ekonomi menengah ke atas, hingga pelajar/mahasiswa. Pada praktek jual beli pakaian bekas, adapun beberapa motif yang melatarbelakangi masyarakat mau melakukan *thrifting*, yakni:
  - a. Motif ekonomi
  - b. Motif kualitas
  - c. Motif merek
  - d. Motif model pakaian

3. Dalam praktek jual beli pakaian bekas ini, penulis menemukan beberapa pola perilaku yang terbentuk, di antaranya:
  - a. Pola memilih *thrift shop*
  - b. Pola memilih jenis barang *thrift*
  - c. Pola memperlakukan jenis barang *thrift*
  - d. Pola mengonsumsi/menggunakan pakaian *thrift*
  - e. Pola perlakuan terhadap barang *thrift* yang tidak layak dipakai lagi.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, baik yang aktif menggunakan pakaian bekas atau tidak, penting untuk menyadari bahwa pakaian bekas bisa menjadi pilihan gaya hidup yang modis dengan biaya yang relatif murah, berkualitas, bermerek, dan modelnya bagus. Namun, menjaga kebersihan tetap harus menjadi diutamakan. Cara-cara khusus dalam mencuci pakaian bekas perlu diterapkan untuk meminimalkan risiko kuman dan bakteri yang dapat timbul akibat penumpukan pakaian di dalam karung.
2. Bagi pemerintah, disarankan agar lebih bisa menyesuaikan kondisi kepabeanan untuk lebih efektif menangani situasi di mana barang-barang tersebut sudah berada di pasar. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir pakaian bekas di pasaran, karena banyak pihak yang tergantung pada pakaian bekas, termasuk pedagang dan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan cakupan yang lebih

luas dan mendalam, serta lebih banyak merujuk pada literatur guna memperluas pengetahuan dan meningkatkan kreativitas dalam penyusunan laporan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*. California: Sage Publications.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Giddens, A. (2003). *Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives*. New York: Routledge.
- Gulfira, N. (2016). *The Art of Thrifting*. Yogyakarta: PT Bentang Perkasa.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *an Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Purwokerto Selatan: Pena Persada.
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Fenomenologi Kajian Filsafat dan Ilmu Pengetahuan Dilengkapi Dengan Contoh Disain Tahapan Proses Dan Hasil Penelitian*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Husserl, E. (2012). *Logical Investigations Volume 1*. London: Routledge.
- Kotler, P. & Keller, L.K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Sari, M. D. (2023). *Perilaku Konsumen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2012). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behaviour A European Perspective*. Pearson Education. Third Edition
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*. Bandung: C.V Alfabeta.

### Jurnal

- Adji, N. L., & Claretta, D. (2022). *Fenomena Thrift Shop di Kalangan Remaja. Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(4), 36–

44. DOI: 10.47476/dawatuna.v3i1.2201.

- Dian, A., & Ardhiyansyah, A. (2021). *Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas. SENMABIS: Conference Series*, 30–37. Diakses dari <https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/article/view/21>.
- Diana, L. (2019, November). *Perdagangan Pakaian Bekas Impor di Pekanbaru, Mengapa Masih Marak Terjadi? Riau Law Journal*, 3(2), 285–299. Diakses dari <https://rlj.ejournal.unri.ac.id/index.php/RLJ/article/view/7817>.
- Fadila, N. N., Alifah, R., & Faristiana, A. R. (2023). *Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa*. Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan, 1(3), 278-291. Diakses dari [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Fenomena+Thrifting+Yang+Populer+Dikalangan+Mahasiswa&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Fenomena+Thrifting+Yang+Populer+Dikalangan+Mahasiswa&btnG=)
- Hasbiansyah, O. J. M. J. K. (2008). *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 9(1), 163-180.
- Maiwan, M. (2019). *Memahami Politik Globalisasi Dan Pengaruhnya Dalam Tata Dunia Baru: Antara Peluang Dan Tantangan*. Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo, 7(1). DOI: 10.21107/pamator.v7i1.3098.
- Maulida, N. R., Ni'mah, R. K., & Aini, R. N. (2019). *Jualbeli Pakaian Preloved di Royal Plaza Surabaya Perspektif Kaidah Hukum Ekonomi Islam*. El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB), 9(1), 46-57.
- Ristiani, N., Raidar, U., & Wibisono, D. (2022). *Fenomena Thrifting Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Lampung*. Jurnal Sociologie, 1(2), 186–195. Diakses dari <https://jurnalsociologie.fisip.unila.ac.id/index.php/jurnal/article/view/74>.
- Russanti, I., & others. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas*. Jurnal Online Tata Busana, 10(3), 62–68. DOI: 10.26740/jotb.v10n3.p62-68.
- Sihombing, R. A., Lubis, H., & Elsera, M. (2021). *Sistem Informasi Penjualan Preloved Fashion*. Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi, 2(2), 183-190.

### **Skripsi/ Tesis**

- Anggraini, E. (2012). *Pengalaman Komunikasi Konsumen Wanita dengan Gaya Hidup "Brand Minded"* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences)
- Hasnah, S. (2019). *Penerapan Etika Konsumsi Masyarakat Terhadap Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Lasoani Kecamatan Mantikulore)*. Diploma Thesis, IAIN Palu.
- Ulfa, A. H. (2022). *Studi Netnografi pada Trend Thrifting Produk Fashion di Instagram*. Tersedia dari *Digital Library UIN KHAS Jember*.  
<http://digilib.uinkhas.ac.id/13092/>

### **Web**

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Kecamatan Banda Sakti dalam Angka 2022*. Kota Lhokseumawe: BPS Kota Lhokseumawe. Diakses dari <https://lhokseumawekota.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kota Lhokseumawe dalam Angka 2023*. Kota Lhokseumawe: BPS Kota Lhokseumawe. Diakses dari <https://lhokseumawekota.bps.go.id/>
- Official Website Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2023). *Legalitas Thrifting Dalam Kacamata Bea Cukai*. Diakses dari <https://www.beacukai.go.id/berita/legalitas-thrifting-dalam-kacamata-bea-cukai.html>
- Perilaku. (2023). Dalam KKBI Daring. Diakses 3 April 2023 dari <https://kbbi.web.id/didik>.

### **Dokumen**

- Kecamatan Banda Sakti. (2023). *Profil Kecamatan Banda Sakti*. Kota Lhokseumawe.

### **Link Terkait/ Media Massa**

- Gafara, G. (2019, April 23). *A Brief History of Thrifting*. *USS.FEED*. Diakses dari <https://ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/pop-culture/>

- Hadiguna, R.A. (2023, April 17). *Antisipasi Teknologi Melawan Penyelundupan Baju Bekas Impor*. <https://www.unand.ac.id/index.php/berita/opini/443-unand-opini-dosen-baju-bekas-impor.html>
- Hidayat, R. (2016, September 16). *Peminat Baju Bekas, Dari Kere Hingga Parlente*. *tirto.id*. Dikases dari <https://tirto.id/peminat-baju-bekas-dari-kere-hingga-parlente-bJ6d>
- Indonesia, O. V. U. (2019, Februari). *FAQ Globalisasi #1: Definisi & Penyebab Globalisasi*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=2aozJF133fg>
- Kristianus, A. (2023, Maret 14). *Ini Modus Masuknya Impor Baju Bekas ke Indonesia*. *Berita Satu*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/bplus/modus-masuknya-impor-baju-bekas-ke-indonesia/2>
- Laksana, A. P. (2023, Januari 6). *Tren Thrifting sebagai Pencegahan Fast Fashion*. *Radarmojokerto*. Diakses dari <https://radarmojokerto.jawapos.com/sambel-wader/06/01/2023/tren-thrifting-sebagai-pencegahan-fast-fashion/>
- Safrizal. (2016, Januari 14). *Monza Impor Laris Manis*. *AJNN*. Diakses dari <https://www.ajnn.net/>
- Setiawati, H. (2023, Februari 24). *Thrifting: Pengertian, Manfaat, Alasan, Serta Dampak Positif dan Negatif Dalam Penggunaannya*. *Urban Bekasi.Com*. Diakses dari <https://bekasi.urbanjabar.com/lifestyle/3/thrifting-pengertian-manfaat-alasan-serta-dampak-positif-dan-negatif-dalam-penggunaannya>
- Supriyatna, H. (2019, Maret 12). *Cerita dari Sebuah Pelabuhan hingga Pasar Pakaian Bekas*. *Akurat News*. Diakses dari <https://akurat.co/cerita-dari-sebuah-pelabuhan-hingga-pasar-pakaian-bekas>
- Tren Thrifting Meningkat, Berikut Pro – Kontranya di Indonesia!*. (2023). <https://www.abyscreenprinting.com/tren-thrifting-meningkat-berikut-pro-kontranya-di-indonesia/>
- Wibowo, G.A. (2022, September 1). *Seluk Beluk Bisnis Thrift, Ternyata Mudah dan Minim Modal*. *Solopos Soloraya*. Diakses dari <https://soloraya.solopos.com/seluk-beluk-bisnis-thrift-ternyata-mudah-dan-minim-modal-1410776>