

BAB I

PENDAHULUAN

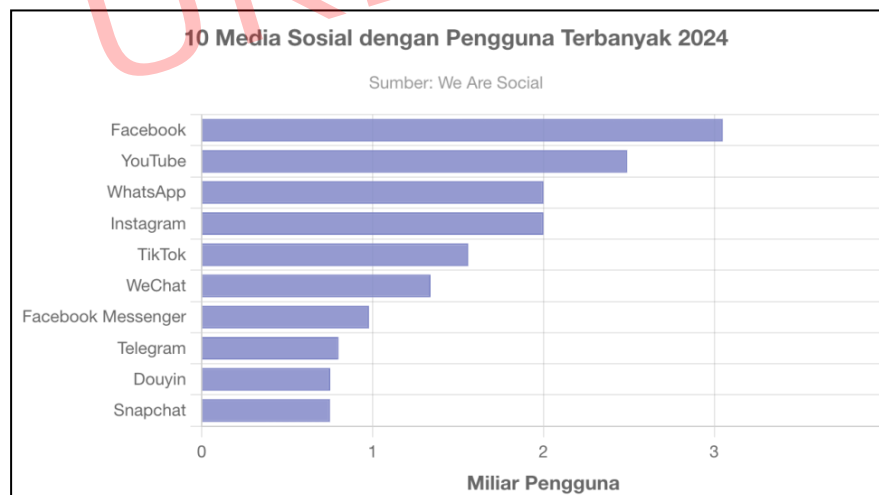
1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2019, seluruh dunia mengalami pandemi Covid-19 dengan tingkat penularannya sangat cepat sehingga masyarakat dilarang untuk bertemu secara langsung dan di beberapa Negara bahkan melakukan *lockdown*. Akibatnya, para pelaku-pelaku usaha dengan terpaksa menutup usaha mereka karena mengalami kerugian dan para karyawan banyak yang harus kehilangan pekerjaan, sehingga ekonomi di hampir seluruh dunia mengalami penurunan. Masyarakat pun mulai mencari cara untuk membangun usaha agar tetap mendapatkan penghasilan ditengah pandemi. Teknologi informasi pun dimanfaatkan sebagai salah cara untuk mendapatkan penghasilan lewat berjualan *online*. Usaha yang dibangun secara *online* salah satunya adalah menjual pakaian.

Penggunaan teknologi informasi seperti *Electronic Commerce* atau *E-Commerce* menjadi salah satu media teknologi yang dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran pakaian yang mengikuti tren *fashion* saat ini. *E-commerce* sudah tidak asing di telinga masyarakat, karena telah diedarkan melalui media iklan di televisi, aplikasi YouTube, serta banyak diperbincangkan di era modern saat ini (Alwendi, 2020). Pemasaran memiliki pengertian sebagai proses kegiatan bisnis untuk melakukan perencanaan, menentukan harga jual, melakukan promosi serta distribusi barang atau jasa dengan tujuan memuaskan pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial (Masdaini dan Hemayani, 2022).

Selain *e-commerce*, pemanfaatan sosial media pun tidak kalah banyak penggunaannya untuk melakukan bisnis pribadi seperti menjual pakaian serta lebih mempermudah para generasi muda bahkan sampai orang tua untuk mencari tahu mengenai *fashion* terkini. Sosial media menjadi sarana bagi para pelaku usaha dalam menjalankan ide bisnis karena merasa lebih familiar dan lebih terbiasa untuk penggunaannya. Salah satu sosial media yang sering digunakan untuk menjalankan ide bisnis saat ini terutama dalam pemasaran pakaian yaitu Facebook. Di Indonesia sampai pada data terakhir tahun 2024, pemanfaatan sosial media Facebook masih banyak digunakan oleh masyarakat dengan jumlah penggunaannya mencapai 3,2M untuk 10 sosial media dan berada di posisi pertama dibandingkan dengan sosial media lainnya. Dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.

Gambar 1.1 Pengguna Facebook di Indonesia Tahun 2024



Sumber: <https://wearesocial.com/>

Pemanfaatan sosial media Facebook masih tergolong banyak dan lebih nyaman untuk digunakan berbisnis sehingga membuat para pelaku usaha semakin mudah menjangkau pelanggan dibandingkan menggunakan aplikasi sosial media lainnya maupun *e-commerce*. Selain penggunaan yang mudah, pemasaran lewat

sosial media Facebook untuk saat ini dianggap lebih terjamin dalam segi keamanan karena calon pelanggan bisa langsung berkomunikasi dengan penjual. Pemasaran berbagai jenis pakaian yang dilakukan oleh para pelaku usaha menggunakan Facebook yaitu pakaian untuk laki-laki, perempuan, orang tua hingga anak-anak dengan mengikuti tren *fashion* terkini. Penggunaan pakaian tidak seperti zaman dulu yang hanya sekedar untuk menutupi tubuh, tetapi pakaian saat ini memiliki berbagai macam variasi model, motif, dan warna yang dikenal sebagai *fashion*. Pengguna *fashion* sangat terkenal dikalangan generasi muda saat ini. Mereka mengikuti berbagai macam tren *fashion* agar tidak ketinggalan perkembangan zaman. Pakaian yang dipasarkan merupakan pakaian bekas layak pakai atau saat ini dikenal dengan pakaian *thrifting*.

Menurut data dari Badan Statistik Indonesia dalam lima tahun terakhir atau dapat dilihat pada **Gambar 1.2**, tahun 2019 hingga 2022 untuk pakaian bekas impor tahun 2019 yaitu sebanyak 392 ton. Tahun 2021 sebanyak 8 ton dengan nilai US\$44.000. Pada tahun 2022, kembali lagi meningkat 227.75% dengan nilai Rp.4.221 miliar. Pakaian bekas impor tertinggi di Indonesia yaitu Jepang. Penggunaan pakaian *thrifting* ini, tentunya selain pakaian yang mengikuti *fashion* karena masuknya *mode* luar negeri atau barang impor dengan harga yang ditawarkan rendah sehingga menarik perhatian semua kalangan terutama pada generasi muda. Selain itu, kreativitas dalam mendaur ulang produk atau *re-styling* pakaian membuat masyarakat lebih menyukai usaha *thrifting* ini (Nugroho, 2023).

Gambar 1.2 Bagan Pakaian Bekas Impor



Sumber: <https://www.bps.go.id/id/exim>

Bisnis pakaian *thrifthing* ini mulai populer saat masa pandemi Covid-19 dan terus dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai salah satu ide bisnis dengan penghasilan yang cukup besar.

Selama menjalankan usaha bisnis pakaian *thrifthing* ini, pelaku usaha harus lebih mengembangkan proses pemasaran agar tidak kalah dengan penjualan melalui aplikasi *e-commerce* karena, *e-commerce* memiliki sistem pemasaran dengan menggunakan *influencer* ternama bahkan dipromosikan diberbagai saluran televisi dan berbagai iklan *online* sedangkan pelaku usaha pakaian *thrifthing* yang hanya memanfaatkan Facebook untuk melakukan pemasaran hanya dipasarkan dari setiap pelanggan yang sudah sering belanja ditempat mereka atau kerabat dekat yang ada dalam list pertemanan di sosial media Facebook. Cara pemasaran pakaian *thrifthing* menggunakan fitur *live streaming* yang bisa digunakan kapan

saja untuk menarik para pelanggan. Salah satu pelaku usaha pakaian *thrifting* bernama AMStore yang berlokasi di Kota Manado.

AMStore sudah berdiri sejak masa sebelum pandemi, namun belum melakukan bisnis untuk pakaian *thrifting* kemudian, sejak masa pandemi pihak AMStore mencoba membuka bisnis menjual pakaian *thrifting* khusus wanita yang dipasarkan melalui akun pribadi Facebook dengan nama akun Agnes Manawan dan dilakukan pemasaran juga lewat aplikasi Instagram @amstore.agnesmwn. AMStore memanfaatkan fitur *live streaming* pada sosial media Facebook, sebagai sarana untuk memasarkan produk pakaian *thrifting* yang dijual. *Live streaming* dilakukan dari hari Senin sampai Sabtu pada siang hari sekitar pukul 14.00 wita dan malam hari pukul 19.00 wita. Total *viewer* dalam setiap melakukan penjualan lewat *live streaming* sekitar 100-200 orang dengan total pembeli berkisar 16-45 orang setiap melakukan proses penjualan. Data Pembeli di AMStore Manado di bulan Januari sampai Maret 2024 dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Gambar 1.1 Data Pembeli di AMStore Manado

BULAN	TGL	JUMLAH PEMBELI	JUMLAH BARANG	TOTAL HARGA
JANUARI	4-Jan-24	30 ORANG	45 PCS	3,955,000
	10-Jan-24	17 ORANG	70 PCS	2,180,000
	11-Jan-24	17 ORANG	26 PCS	2,180,000
	12-Jan-24	19 ORANG	73 PCS	1,775,000
FEBRUARI	5-Feb-24	29 ORANG	62 PCS	3,220,000
	16-Feb-24	22 ORANG	72 PCS	1,835,000
	19-Feb-24	16 ORANG	58 PCS	2,240,000
	20-Feb-24	42 ORANG	85 PCS	2,020,000

BULAN	TGL	JUMLAH PEMBELI	JUMLAH BARANG	TOTAL BARANG
MARET	4-Mar-24	24 ORANG	100 PCS	2,575,000
	6-Mar-24	30 ORANG	150 PCS	2,475,000
	8-Mar-24	28 ORANG	80 PCS	2,305,000
	13-Mar-24	29 ORANG	110 PCS	1,625,000
TOTAL JAN-MAR 2024				28,385,000

Sumber: AMStore Manado

Kisaran harga jual oleh AMStore untuk kaos wanita dari harga Rp. 10.000 untuk pakaian yang memiliki kekurangan tetapi masih layak pakai hingga Rp. 55.000. Sedangkan untuk model *dress* dari Rp. 35.000 sampai 135.000. Jika ada *brand* yang langka harga jualnya Rp. 100.000 sampai Rp. 150.000.

Menurut informasi yang diterima dari pemilik AMStore Manado atau bisa dilihat pada bagian lampiran wawancara, masalah yang dihadapi yaitu terjadinya penurunan penjualan karena semakin banyak para pelaku usaha pakaian *thrifting* khususnya di Kota Manado yang menawarkan produk lebih banyak serta harga lebih murah dengan desain pakaian sama. Contohnya, 1 kaos di AMStore bernilai Rp. 55.000 sedangkan di *Store A* bernilai Rp. 30.000 dengan desain yang sama. *Store B* menjual kaos yang memiliki model sama tetapi dijual dengan harga Rp. 10.000 sampai Rp. 30.000 dan di *Store C* menyediakan bukan hanya pakaian atasan saja tetapi dengan celana yang memiliki harga Rp. 35.000 hingga Rp. 50.000. Menurut pemilik AMStore ada beberapa pelanggan yang menanyakan mengenai produk lain selain kaos dan *dress*, tetapi keterbatasan produk menjadi salah satu faktor yang membuat pelanggan tidak jadi membeli di AMStore karena kebutuhan yang dicari tidak tersedia. Melihat permasalahan penurunan penjualan di AMStore Manado, peneliti tertarik mengambil data lewat kuesioner kepada 20

pelanggan sebagai acuan untuk melihat secara detail hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga adanya penurunan penjualan di AMStore Manado. Sehubungan dengan itu, penelitian ini mengambil sudut pandang dari sisi pelanggan.

Peneliti membuat pertanyaan dan akan dijawab sendiri oleh pelanggan untuk melihat variabel apa saja yang dapat diambil dalam penelitian ini. Kuesioner ini dibagikan melalui *Google Form* dan dibantu oleh *owner* AMStore untuk dibagikan kepada pelanggan yang sudah sering berbelanja pakaian *thrift*ing di AMStore. Hasil kuesioner yang dibagikan kepada 20 pelanggan dapat dilihat pada **Gambar 1.3** dan pada bagian lampiran.

Gambar 1.3 Kuesioner 20 Pelanggan



100% pelanggan pernah berbelanja pakaian *thrift*ing ditempat lain selain AMStore. Alasan pelanggan berbelanja ditempat lain karena harga yang lebih murah, ada model pakaian yang lebih menarik dan kebutuhan produk pelanggan tersedia ditempat lain (dapat dilihat pada bagian lampiran). Sesuai dengan hasil kuesioner yang diperoleh dari pelanggan AMStore, maka peneliti mengambil kesimpulan untuk menggunakan variabel Kelengkapan Produk, Desain dan Harga

yang dilihat dari perspektif pelanggan. Kelengkapan Produk dalam penelitian ini, tersedianya berbagai jenis produk agar semakin banyak pilihan untuk membeli. Desain produk adalah model pakaian yang dipasarkan. Pengusaha pakaian *thrifting* tidak bisa secara langsung memilih model seperti apa yang akan diambil untuk dipasarkan dan hal ini bisa menambah kerugian untuk pengusaha itu sendiri. Harga yaitu nilai dari suatu barang. Harga ini juga berpengaruh dalam setiap penjualan karena pelanggan akan memilih harga yang cocok sesuai kebutuhan.

Pentingnya penelitian ini dilakukan, agar para pengusaha terutama pada penjualan *online* pakaian *thrifting* bukan hanya sembarangan memasarkan produk, tetapi dapat mencari target pasar yang tepat dengan melihat para pesaing bisnis disekitar. Selain itu, pengusaha dari pakaian *thrifting* dapat melihat pendapat dari para pelanggan untuk meningkatkan minat pembeli sehingga dari penjualan kecil bisa ditingkatkan menjadi besar karena itu, peneliti memutuskan untuk meneliti terkait pakaian *thrifting* di AMStore Manado dengan judul penelitian “Pengaruh Kelengkapan Produk, Desain, Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pakaian *Thrifting* di AMStore Manado”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, apakah kelengkapan produk, desain dan harga yang menyebabkan menurunnya penjualan *online* pakaian *thrifting* di AMStore Manado.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Keputusan pembelian pakaian *thrifting* di AMStore karena kelengkapan produk pakaian, desain pakaian, harga dan lain sebagainya, maka pertanyaan untuk penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Apakah kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian *online* pakaian *thrifting*?
2. Apakah desain pakaian mempengaruhi keputusan pembelian *online* pakaian *thrifting*?
3. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian *online* pakaian *thrifting*?
4. Apakah kelengkapan produk, desain dan harga mempengaruhi keputusan pembelian *online* pakaian *thrifting*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Menganalisis apa yang menjadi pertimbangan pelanggan untuk membeli pakaian *thrifting* di AMStore Manado.
2. Menganalisis pengaruh kelengkapan produk pakaian terhadap keputusan pembelian.
3. Menganalisis pengaruh desain produk pakaian terhadap keputusan pembelian.
4. Menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, ada beberapa batasan yang harus dilakukan agar penelitian lebih terarah. Batasan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian ini membahas mengenai kelengkapan produk, desain dan harga pakaian *thrifting* terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian ini dilakukan hanya di salah satu tempat yang melakukan usaha pakaian *thrifting*.
3. Penelitian ini hanya mencakup produk pakaian *thrifting*.
4. Waktu pelaksanaan penelitian hanya 2 bulan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, dapat dilihat pada 2 bagian yaitu:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini, penelitian diharapkan mampu untuk mengetahui dan menambah pengetahuan mengenai analisis keputusan pembelian pelanggan yang memiliki kaitan dengan kelengkapan produk, desain, dan harga pada penjualan *online* pakaian *thrifting*.

1. Bagi Pelajar

Mahasiswa dapat memahami bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian pada pelanggan khususnya pada pakaian *thrifting* terdapat faktor-faktor pendorong seperti, kelengkapan produk, desain dan harga.

2. Untuk Meningkatkan Pengetahuan

Penelitian dilakukan agar menjadi sarana untuk menyalurkan pengetahuan yang telah didapatkan saat perkuliahan dan menjadi modal untuk mengaplikasikan penelitian ini ke dalam dunia kerja.

1.6.2 Manfaat Praktis

Pelaku usaha bisnis pakaian *thrifting* AMStore Manado, dapat membuat penelitian ini menjadi sumber untuk meninjau hal-hal yang berhubungan dengan keputusan pembelian terhadap pelanggan ditengah maraknya pesaing bisnis pakaian *thrifting* lainnya dengan cara mempertimbangan mengenai kelengkapan produk, desain dan harga selama melaksanakan bisnis pakaian *thrifting* ini.