

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan manusia di kehidupannya sehari-hari. Pakaian berfungsi untuk menutup tubuh dan juga berfungsi sebagai identitas sosial. Pakaian merupakan kebutuhan pokok yang menjadikan manusia untuk berpenampilan yang rapi, sopan, dan menarik agar memiliki daya tarik tersendiri dan menimbulkan rasa percaya diri. Adapun mengenai model pakaian menjadi hak kebebasan setiap individu dalam menentukannya. Pada umumnya, masyarakat tidak hanya membeli produk pakaian baru, tetapi masyarakat juga membeli ataupun menggunakan pakaian bekas. Pakaian bekas adalah suatu pakaian yang sudah digunakan oleh pemilik sebelumnya, namun dengan alasan tertentu pakaian itu tidak digunakan lagi sehingga diperjual belikan kembali. Pakaian bekas kebanyakan masih bisa dipakai, sering dari Singapura dan Malaysia. Harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan baju baru. (Hermawan, H. 2014).

Pakaian baru maupun pakaian bekas, dapat diperoleh di pasar. Pasar adalah tempat penjualan yang diturunkan dari generasi ke generasi. Pasar yang didirikan dan dikelola oleh pemerintah daerah, sektor swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Daerah, termasuk kemitraan swasta dengan bangunan berupa tenda, kios, dan toko; dikelola atau dimiliki oleh pedagang kecil. Beberapa pasar tradisional yang berada di Kota Medan yaitu Pasar Petisah Medan, Pasar Sentral dan lain sebagainya (Nyoman Suartha, 10-11 : 2016).

Pakaian bekas baik dari zaman dulu sampai sekarang ternyata masih laku untuk diperjual-belikan untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian. Seperti halnya dulu, ada pedagang pakaian bekas keliling yang disebut sebagai *Langsam*. Namun sekarang, pedagang pakaian bekas di Kota Medan disebut sebagai "*Monza*", yang merupakan singkatan dari Mongonsidi Plaza untuk menjuluki kawasan perbelanjaan jalan Mongonsidi. Perdagangan pakaian bekas di kota Medan pada awalnya di jajakan di sepanjang jalan Mongonsidi. Pada tahun 1980-an merupakan zaman keemasan *monza*, dimana pada saat itu sering ditemukan pakaian bermerk yang berkelas seperti "*Arrow, Crochodille, Bosnia dan Louis Vuitton*". Pasar tradisional di Kota Medan yang menjual pakaian bekas diantaranya yaitu Pasar Sambu, Pasar Sore, Padang Bulan, Pasar Pringgan, Pasar Simalingkar, Pasar Bengkok , Pasar Sei-kambing Helvetia, Pasar Petisah dan Pasar Simpang Melati (Lelyita, 2009).

Namun, dengan adanya situasi pandemik, berjualan pakaian bekas maupun pakaian baru dipasar tidak berjalan dengan baik. Hal ini terjadi akibat adanya kebijakan *social distancing* yang bertujuan untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Akibat dari situasi ini, pasar tradisional menjadi sepi, sehingga para pedagang mengalami kerugian karena usaha dagang mereka tidak terjual. Akan tetapi, untuk mengatasi permasalahan tersebut, para pedagang mulai memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan usaha dagang mereka secara online di media sosial.

Para pedagang kini memanfaatkan *e-commerce* dan marketplace untuk memberikan peluang yang besar agar bisa mengekspansi penjualan produk

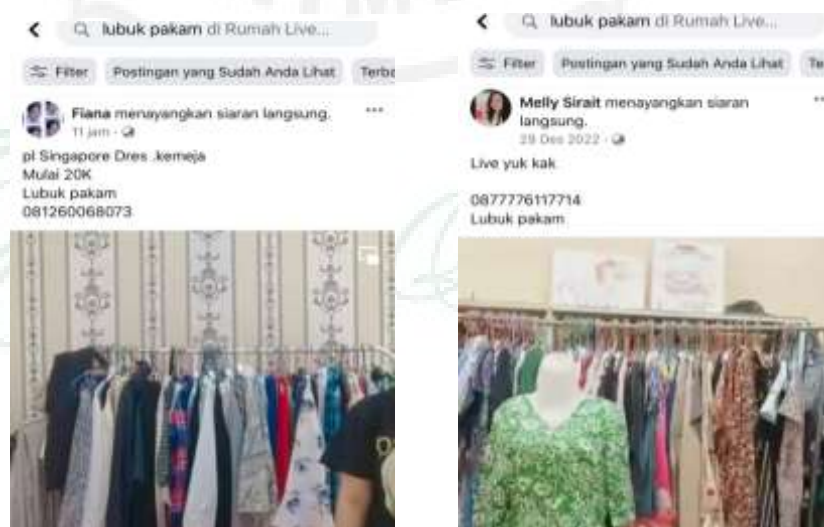
mereka melalui media digital (Sudarso, 2021). Beberapa perusahaan marketplace yang ada di Indonesia antara lain yaitu Shopee, Tokopedia, BliBli, Belanja.com, JD.ID, Lazada, OLX, dan Bukalapak. Marketplace ini tentu mempermudah para pedagang untuk mempromosikan usaha dagang mereka dan mempermudah masyarakat untuk membeli pakaian dimana saja dan kapan saja.

Akan tetapi, media sosial Facebook juga menyediakan fitur marketplace pada lamananya. Facebook yang berdiri pada tanggal 4 Februari 2004 di dirikan oleh Mark Zuckerberg mulai digemari oleh masyarakat, karena Facebook juga memiliki peluang yang besar dalam mempromosikan usaha dagang mereka. Facebook memiliki beberapa fitur yang dapat membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan hasil penjualan mereka. Menurut Halim (2012), facebook mampu menarik perhatian sebagian masyarakat karena mampu digunakan sebagian pengguna sebagai media pemasaran. Berkembangnya arus globalisasi dan kemajuan teknologi pada saat ini, sekarang media sosial seperti facebook sudah melengkapi fitur-fiturnya seperti marketplace untuk bisnis jual beli secara online dengan cara melakukan *live streaming*. Kegunaan facebook yang semula hanya sebagai tempat komunikasi sekarang sudah dapat dijadikan sebagai tempat untuk berbisnis.

Fitur *Live Straming* ini merupakan fitur dari perkembangan teknologi informasi yang telah mengubah cara berkomunikasi satu sama lain dengan menggunakan internet, sehingga setiap pengguna dapat mentransformasikan informasi yang ada keseluruhan dunia (Aleksi Svart, 2018:14). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lithium Technologies yang mengatakan bahwa, saat ini

konsumen dalam melakukan jual beli online ingin pertanyaannya segera direspon oleh pelaku usaha. Oleh karena itu sesi tanya jawab sangatlah populer di *live streaming* Facebook, dimana konsumen dapat bertanya sekaligus menerima jawaban dalam waktu yang singkat. Menjadi responsif dalam menanggapi setiap pertanyaan konsumen secara cepat juga menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli pada pelaku usaha tersebut (Apiradee W: 3).

Fitur *Live Streaming* ini sudah banyak digunakan oleh para pedagang. Peneliti melihat begitu banyak produk yang dijual melalui *Live Streaming*, salah satunya yaitu penjualan pakaian bekas. Pedagang pakaian bekas di Lubuk Pakam kini mulai banyak yang memanfaatkan fitur *live streaming* ini untuk mempromosikan penjualan pakaian bekas mereka. Tentu hal ini menjadi fenomena baru, karena yang biasanya dijual di pasar tradisional, kini pakaian bekas sudah dapat dijual secara *Live Streaming* di media Facebook.



**Gambar 1.1 Hasil ScreenShot Pedagang Berasal Dari Lubuk Pakam**  
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Melalui *Live Streaming* ini, maka para pedagang pakaian bekas sangat dipermudah karena bisa berjualan dari rumah dengan menyiarkan pakaian bekas ke penonton untuk dibeli. Sebagian para pedagang melakukan *Live Streaming* dengan bergabung di sebuah grup, untuk mempermudah penjual agar memiliki penonton pada saat proses *Live Streaming* berlangsung, salah satu grup yang banyak diminati yaitu Grup Rumah Live Online. Grup ini menjadi fokus dalam penelitian karena peneliti melihat bahwa banyak para pedagang yang berlokasi di Kecamatan Lubuk Pakam bergabung dalam grup tersebut. Namun ternyata, dalam penjualan melalui live streaming ini banyak mengalami beberapa kendala seperti proses jual beli yang terjadi mengalami penipuan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui alasan menjual pakaian bekas melalui *live streaming*, proses dan kendala dalam berjualan secara live streaming serta bagaimana persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap penjualan melalui *live streaming*. Maka dari itu, peneliti melakukan dengan judul **“Fenomena Penjualan Pakaian Bekas Secara *Live Streaming* Melalui Grup Facebook Di Lubuk Pakam.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa saja alasan yang melatarbelakangi para pedagang memilih berjualan pakaian bekas secara *Live Streaming* melalui Grup Facebook?
2. Bagaimana proses dan kendala penjualan pakaian bekas secara *Live Streaming* melalui Grup Facebook?

3. Bagaimana persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap penjualan pakaian bekas secara *Live Streaming*?

### **1.3 Tujuan**

1. Untuk mendeskripsikan alasan para pedagang memilih berjualan pakaian bekas secara *Live Streaming* melalui Grup Facebook
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana proses dan kendala penjualan pakaian bekas secara *Live Streaming* melalui Grup Facebook
3. Untuk mendeskripsikan bagaimana persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap penjualan pakaian bekas secara *Live Streaming*

### **1.4 Manfaat**

Manfaat dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

#### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk sumbangan pemikiran dalam pengembangan wawasan dan menjadi bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya terutama mengenai Fenomena Penjualan Pakaian Bekas melalui *Live Streaming* di Facebook
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam pengembangan Ilmu Pengetahuan yang berkaitan dengan mata kuliah khususnya Kewirausahaan serta bermanfaat sebagai literatur bagi kajian fenomenologis.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman langsung oleh peneliti terkait dengan penjualan pakaian bekas melalui *live streaming* di facebook.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana dan dapat memberikan kontribusi berupa bacaan perpustakaan di lingkungan Universitas Negeri Medan, khususnya di Fakultas Ilmu Sosial.

