

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Administrasi Kecamatan Lubuk Pakam

Penelitian ini merujuk pada geografis tertentu yaitu Lubuk Pakam. Akan tetapi yang diteliti bukan berdasarkan kewilayahan geografis tetapi berdasarkan komunitas pada grup Facebook Rumah Live Online yang dimana anggota dalam grup ini ada pedagang dan juga pembeli yang berasal dari Lubuk Pakam. Lokasi ini hanya untuk mempersempit penelitian yang luas, karena wilayah tidak terbatas di dalam Facebook.

Tetapi sebagai gambaran umum saja, penulis ingin memberikan sedikit informasi mengenai gambaran umum Kecamatan Lubuk Pakam. Secara administrasi Kecamatan Lubuk Pakam merupakan Ibukota Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Kecamatan Lubuk Pakam memiliki letak dan geografis diantara 3°53'-3°86' Lintang Utara dan 98°85'-98°89' Bujur Timur serta memiliki luas wilayah $\pm 31,19 \text{ km}^2$ terdiri atas 7 Kelurahan, 6 Desa dan 105 Dusun/Lingkungan. Wilayah Kecamatan Lubuk Pakam merupakan Daerah Pantai dengan ketinggian 0 s.d 8 meter dari permukaan laut dan berbatasan dengan sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Beringin, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Pagar Merbau, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Morawa, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Pagar Merbau (BPS Kabupaten Lubuk Pakam Tahun 2019).

Wilayah Kecamatan Lubuk Pakam mengalir 2 sungai yang besar yaitu Sei Batu Gingging dan Sei Kuala Namu. Jarak dari Kecamatan Lubuk Pakam ke Pusat Provinsi Sumatera Utara adalah 22 Km. Berdasarkan PP No. 7/1934 Pasal 1 dijelaskan bahwa Pusat Pemerintahan Kecamatan Lubuk Pakam berkedudukan di Kelurahan Lubuk Pakam I-II. Secara demografis, jumlah penduduk di Kecamatan Lubuk Pakam sesuai dengan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang Tahun 2020 adalah ± 99.927 jiwa, dengan kepadatan 3.356 jiwa/km² (BPS Kabupaten Lubuk Pakam Tahun 2019).

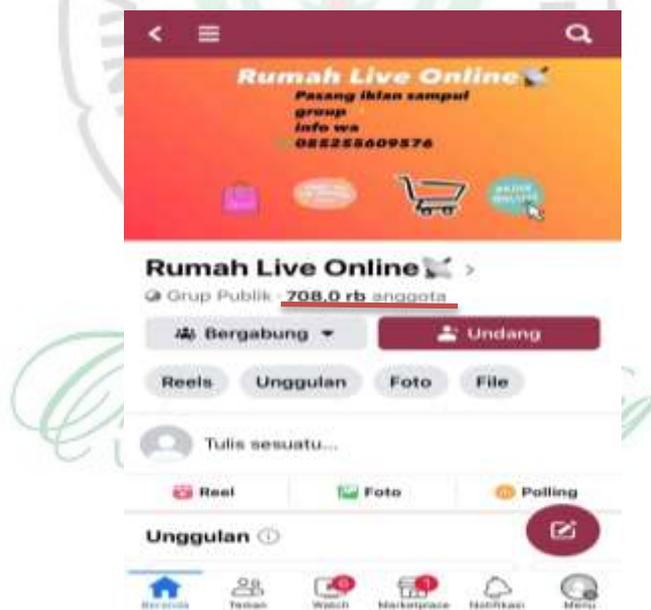


Gambar 4.1 Peta Kecamatan Lubuk Pakam
Sumber : Kantor Camat Lubuk Pakam 2022

4.1.2 Gambaran Umum Grup Rumah Live Online

Grup Rumah Live Online ini merupakan salah grup yang ada di dalam marketplace pada facebook. Pada awalnya grup ini bernama OLX MEDAN yang

dirilis pada tahun 2015, namun pada tanggal 25 November 2020 nama grup ini diubah menjadi Rumah Live Online. Sampai pada saat ini jumlah anggota grup tersebut sebanyak 708.200 pengikut, dan dari banyaknya anggota tersebut, terdapat beberapa pedagang pakaian bekas yang berjualan melalui *live streaming* yang berasal dari Lubuk Pakam. Anggota dalam grup ini terdiri dari pedagang, pembeli dan penonton. Penonton merupakan mereka yang hanya ingin melihat pakaian yang dijual oleh pedagang tanpa membeli. Bagi pedagang yang ingin melakukan *live streaming* di grup ini, akan membayar Rp.150.000/6 bulan kepada admin grup Rumah Live Online.



Gambar 4.2 Profil Grup Rumah Live Online di Facebook
Sumber : Dok. Penelitian 2022

Grup Rumah Live Online memiliki beberapa aturan yang tidak boleh dilakukan oleh anggota yang tergabung di dalam grup yaitu dilarang keras untuk menipu, dilarang keras menjual obat terlarang atau narkoba, dilarang keras untuk

menyebarkan pornografi dan konten hoax, penjual atau pembeli harus amanah dan jujur. Aturan ini dibuat agar grup tersebut tidak tercemar serta meningkatkan rasa percaya para pedagang dan juga pembeli yang tergabung di dalam grup tersebut.

Tabel 4.1 Data Pedagang Pakaian Bekas Secara Live Streaming Pada Marketplace Facebook di Lubuk Pakam

Nama Tokoh	Owner	Admin	Waktu Berjualan
Vani Monza Olshop	Delima Natalia Sihaloho	-	2 Tahun
Mellivia Shop Maria	Maria Febrilisa Sitorus	Rico Rinaldi Sitorus	1 Tahun 3 Bulan
My Second Outfit	Dewi Novika Simanjuntak	-	1 Tahun

4.2 Marketplace Pada Facebook

Meskipun penulis sudah menjelaskan sedikit mengenai marketplace pada kerangka konseptual, akan tetapi sebelum penulis menjabarkan tentang latar belakang pedagang untuk berjualan pakaian bekas secara *Live Streaming* di marketplace Facebook, ada baiknya penulis menjabarkan lebih luas terkait dengan marketplace.

Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi, 2017). Selain itu, marketplace adalah pasar online yang dirancang untuk memfasilitasi berbagai aktivitas jual beli di antara para penggunanya. Fitur Marketplace pertama kali diperkenalkan oleh Facebook pada tahun 2016. Mary Ku sebagai direktur manajemen produksi di Facebook, mengatakan bahwa

marketplace diciptakan karena banyaknya aktivitas jual beli di jejaring sosial tersebut. Sebelum peluncuran pasar, tercatat lebih dari 450 juta orang melakukan jual beli di aplikasi Facebook setiap bulan. Riyanto mengatakan, jumlah pengguna Facebook di Indonesia pada 2020 sebanyak 130 juta, yang terdiri dari 44,5% pria dan 55,6% wanita (Simatupang, dkk. 2021)

Marketplace sebenarnya merupakan sebuah website yang menyediakan tempat bagi para pelaku bisnis online yang ingin menjual produk-produk mereka. Melalui marketplace, para pembeli dapat menemukan berbagai jenis barang yang mereka cari dari berbagai toko online. Pihak marketplace akan menampilkan produk yang dicari oleh pembeli dari berbagai toko online yang terafiliasi dengan marketplace tersebut. Pembeli dapat memilih dan melakukan perbandingan produk dari satu toko dengan toko lainnya, baik dari segi harga, kualitas, maupun modelnya bersamaan dengan mudah (Desy Wijaya, 2020).

Marketplace ini memiliki keunggulannya tersendiri ketika berjualan online lewat marketplace, beberapa diantaranya yaitu :

1. Tanpa Modal

Menggunakan marketplace tidak memerlukan biaya, baik saat mendaftar maupun setelah mulai berjualan, kecuali ingin menggunakan ataupun menikmati fitur-fitur premium yang disediakan oleh pihak marketplace.

2. Mudah Cara Membuatnya

Ketika hendak berjualan di marketplace, pedagang hanya perlu mendaftarkan pada akun Facebook atau marketplace lainnya, Lalu mengunggah produk yang akan dijual dengan disertai keterangan harga. Langkah-langkahnya sangat mudah karena semua sudah disediakan oleh pihak marketplace.

3. Bisa Menjual Barang Apa Saja

Melalui marketplace, pedagang dapat menjual barang-barang umum yang dibutuhkan banyak orang, seperti pakaian, sepatu, tas, perlengkapan rumah, alat tulis, barang-barang elektronik dan sebagainya.

4. Tingkat Kepercayaan Pembeli Lebih Besar

Salah satu kelebihan berbelanja di marketplace adalah faktor keamanan dalam bertransaksi. Pembeli tidak akan merasa khawatir ditipu oleh penjual, karena uang yang dibayarkan ke penjual akan dilakukan setelah barang sudah diterima oleh pembeli.

Namun dibalik keunggulannya, berjualan di marketplace juga memiliki beberapa kelemahan, beberapa diantaranya yaitu :

1. Tingkat Persaingan Yang Ketat

Karena persyaratan berjualan di marketplace tidak memerlukan biaya dan relatif mudah, jumlah penjual yang memasarkan produknya di marketplace tentu semakin banyak. Bahkan, para penjual memiliki kecenderungan menawarkan produk yang sama. Hal ini dapat dibuktikan mengetik kata kunci produk yang ingin

dicari di kolom pencarian sebuah situs marketplace. Sehingga penjual harus pintar beradu strategi dengan penjual lainnya untuk mendapatkan pelanggan.

2. Bergantung Kepada Pengelola Marketplace

Ketika berjualan di marketplace, penjual tidak bisa menentukan jaminan masa depan dari sebuah marketplace. Apabila pengelola marketplace memiliki reputasi buruk, kurang melakukan promosi, dan tidak memiliki regulasi yang baik, maka itu semua akan berdampak pada perkembangan bisnis penjual. Jadi penjual juga harus pandai dalam memilih marketplace yang benar-benar terpercaya dan prospektif. Selain itu, penjual juga harus patuh terhadap aturan yang diberlakukan marketplace bagi semua penjual. Apabila penjual melanggar aturan akan mendapatkan sejumlah poin penalti, pihak marketplace akan memblokir penjual tersebut sehingga tidak dapat berjualan di marketplace itu.

3. Tidak Ada Peluang *Branding*

Branding merupakan salah satu hal penting dalam mengembangkan bisnis. Namun, saat berjualan di marketplace bukan untuk membangun merek dari bisnis jualan online penjual. Hal ini karena pembeli lebih serung mengingat nama website atau perusahaan marketplace tempat mereka membeli dan bukan nama merek yang dibeli, sehingga merek yang dimiliki penjual akan susah dikenal di kalangan masyarakat. Sehingga penjual harus

memutuskan untuk bagaimana cara agar produk mereka dibeli tetapi bukan hanya sekedar mengenalkan produk saja.

Sistem penjualan berbasis marketplace merupakan kegiatan transaksi bisnis yang dilakukan secara online dengan cukup praktis tanpa harus berkorban lebih dan cukup melakukan transaksi bisnis melalui hp, laptop, atau alat telekomunikasi lainnya. Marketplace juga memiliki segmentasi penerapan yang luas secara garis besar, marketplace diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business to business*, *business to customer*, dan *customer to customer* (Yustiani, dkk. 2017).

Terdapat dua alur proses bisnis dominan yang bisa dilakukan oleh pengguna internet atau calon konsumen di internet. Mula-mula pengguna internet atau calon konsumen melakukan aktivitas melihat informasi secara sekilas, sekedar untuk melihat-lihat informasi produk-produk terbaru, dan kemudian yang kedua, calon konsumen mencari data dan informasi produk-produk yang ingin diketahui lebih dalam sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika calon konsumen berminat dengan produk-produk yang tersedia pada marketplace tersebut, calon konsumen selanjutnya bisa mulai menambahkan pesanan pada fitur keranjang belanja dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik, yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Pesanan yang telah tersimpan di sistem marketplace akan ditindaklanjuti oleh pedagang yang akan mengirimkan produk-produk yang telah dipesan kepada konsumen. Pedagang yang menjual produk-produk secara fisik, akan

mengirimkannya melalui kurir ke alamat tujuan pengiriman. Produk- produk yang dapat digitalisasi, semacam text, gambar, vidio audio, secara fisik tidak perlu dikirimkan, namun dapat disampaikan melalui jalur internet. Selanjutnya, melalui internet dapat pula dilakukan aktivitas pasca pembelian, yaitu pelayanan penjual. Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, ataupun jalur internet, seperti email, *chatting*, dan lain-lain (Yustiani, dkk. 2017).

4.3 Alasan Para Pedagang Memilih Bejualan Pakaian Bekas Melalui *Live Streaming* di Marketplace Facebook

Pakaian bekas adalah barang yang telah dipakai atau digunakan oleh pemilik sebelumnya, yang kemudian digunakan kembali oleh orang lain dengan kondisi yang masih layak pakai. Pakaian bekas dari dulu hingga kini masih tetap banyak diminati oleh para konsumen. Hal ini lah yang menjadikan keberadaan pedagang pakaian bekas semakin marak. Pakaian bekas biasanya dijual dan dapat diperoleh dipasar.

Para pedagang memiliki beberapa alasan yang menjadikan mereka untuk memilih pakaian bekas sebagai barang dagang yang diperjual belikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Maria Sitorus (27 Tahun) pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Sebelumnya kakak pernah jualan pakaian baru, cuma ya itulah, modalnya besar, kuantitinya pun kita dapat dikit dan jarang balik modal. Beda dengan pakaian bekas, modalny a sedikit tapi cepat balik modal. Terus kalau pakaian bekas ini kan bal-balan yang kakak ambil, jadi kalau harga bal yang kita ambil Rp.8.000.000.’ kuantiti nya lebih banyak daripada Rp.8.000.000.’ beli baru paling hanya 50-100pcs yang kita dapat, kalau kita ambil bal-

balan ya memang nasib-nasiban lah, isi bal itu kita gada yang tau, kita hanya tau isi atas dan bawah nya aja yang dibuka, tapi untuk keseluruhan didalamnya itu kita tidak tau apa yang didalamnya gitu, tapi kalau jumlah nya, lebih besar jumlah isi dari bal daripada barang baru. Kalau harga jualnya pun jauh lebih murah pakaian bekas dibandingkan dengan pakaian baru, namun kualitas barangnya tidak kalah jauh jika dibandingkan dengan pakaian baru, makanya banyak orang yang mau beli pakaian bekas.

Pendapat ini ditambahkan juga oleh Dewi Novika (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 14 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Sebenarnya dari dulu aku uda suka beli pakaian bekas, terus kebetulan kemarin lagi ramai jualan pakaian di facebook, aku lihat banyak juga peminat pakaian bekas ini kan, jadi coba-cobalah ikut jualan pakaian bekas, ternyata barang nya laku, selain itu juga untuk mengurangi limbah juga sih terutama”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penulis melihat bahwa para pedagang memilih berjualan pakaian bekas, karena peminat akan pakaian bekas sampai saat ini semakin besar sehingga memiliki jaminan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pakaian baru. Selain itu, modal yang dibutuhkan cukup besar namun kuantiti pakaian yang didapatkan juga banyak walaupun dengan berbagai kualitas yang berbeda, ada yang bagus dan ada juga yang tidak. Sehingga dalam hal ini, perputaran modal yang didapatkan oleh pedagang pakaian bekas jauh lebih besar dan cepat jika dibandingkan dengan pakaian baru.

Terdapat beberapa jenis bal pakaian bekas, pertama yaitu Sumo yang berasal dari Jepang, ciri-ciri karung bal nya yaitu transparent dan disegel dengan

plastik. Kedua, daimex yang berasal dari jepang, ciri-ciri karung bal nya berwarna hijau dan disegel dengan besi. Ketiga, ikiwa yang berasal dari jepang, ciri-ciri karungnya yaitu transparan dan disegel dengan besi. Keempat, hongyang berasal dari jepang, ciri-ciri karang bal berwarna krem dan disegel dengan besi. Kelima, monkey yang berasal dari jepang, ciri-ciri karung bal berwarna putih biru dan disegel besi. Keenam, Pb yang berasal dari korea, ciri-ciri karung bal berwarna orange dan disegel dengan besi. Ketujuh, phachai berasal dari korea, ciri-ciri karung bal berwarna putih biru dan disegel dengan besi. Kedelapan, belif berasal dari korea, ciri-ciri karung bal berwarna hijau dan kuning hijau, disegel dengan plastik atau besi.

Namun saat ini, penjualan pakaian bekas tidak hanya diperjual belikan di pasar, tetapi para pedagang pakaian bekas kini menjual barang dagangannya melalui *live streaming*. Hal ini akibat pandemic Covid-19 yang pada akhirnya menimbulkan kebijakan “*Social Distancing*” yang mengharuskan masyarakat untuk bekerja dari rumah, sehingga dalam hal ini, masyarakat menggunakan *handphone* dan jaringan internet untuk dapat berkomunikasi satu sama lain dan juga memenuhi kebutuhan mereka melalui media sosial, salah satunya yaitu *Facebook*. Masyarakat banyak menghabiskan waktu di media sosial, sehingga para pedagang memanfaatkan situasi ini untuk berjualan melalui *live streaming* dari rumah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Maria Sitorus (27 Tahun) pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Sebenarnya kalau jualan live streaming ini karena melihat di facebook mulai banyak orang-orang jualan di live streaming, jadi aku tertarik untuk mencoba jualan pakaian bekas di live streaming, ternyata setelah dijalani jualan di live streaming ini enak juga, karena jualannya cuma dirumah ajanya, dan terserah kita juga mau kapan kita jualan”.

Seperti yang disampaikan oleh informan, bahwa berjualan pakaian bekas secara *live streaming* ternyata enak, enak yang dimaksud oleh informan adalah karena berjualan secara *live streaming* ini dapat dilakukan dirumah tanpa harus memikirkan uang sewa apabila berjualan di pasar. Selanjutnya, informan mengatakan kalau jualan secara *live streaming* ini terserah dilakukan kapan saja oleh pedagang. Adapun maksud informan dalam hal ini yaitu ketika ada kendala seperti hujan, gangguan jaringan, listrik padam, kondisi fisik yang lemah, dan kendala lainnya yang tidak memungkinkan untuk berjualan, sehingga informan dapat menentukan waktu yang tepat melakukan *live streaming*. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan dalam kelanjutan wawancara sebagai berikut :

“Enaknya itu karena kita jualannya dirumahan, jadi ga perlu lagi mikirin sewa toko untuk jualan dipasar karena kan itu nambah biaya juga. Terus kalau live streaming ini kan semisal ada hujan, atau mati listrik pasti ini mengganggu karena penonton ga akan dengar suara kita terus jadi gelap, jadi penonton pun gatau apa yang kita bilang dan gatau gimana pakaian yang kita jual. Jadi kita bisa undur waktu jualan sampai hujan berhenti dan listrik hidup lagi. Pokoknya kita jualan itu bisa menyesuaikan sama kondisi kita.

Pendapat ini ditambahkan juga oleh Dewi Novika (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 14 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kalau jualan dipasar ini aku ngerasa lebih capek, karena kita angkatin barang-barang pakaian bekas itu butuh waktu dan jualan dipasar ini cuma sampai sore aja. Belum lagi, pembeli cuma lihat-lihat aja ga beli pakaiannya. Jadi kalau kita jualannya di live streaming, dari pagi sampai malam pun tetap bisa kita jualan karena kita kan jualannya dari rumah ajanya”.

Pendapat lain juga ditambahkan juga oleh Delima Sihaloho (27 Tahun)

saat wawancara dengan beliau pada tanggal 09 Agustus 2022. Beliau mengatakan:

“Menurutku kalau jualan di live streaming ini lebih mudah ya, apalagi saya seorang ibu rumah tangga, jadi bisa sambil mengurus rumah juga gitu, bisa sambil mengurus anak sebagai ibu rumah tangga. Kalau pun jualan dipajak, cari lapak susah, sewanya mahal, angkat-angkat barangnya lagi, anak-anak nanti ga terurus dan ga ada yang jaga”

Tabel 4.2 Alasan yang paling mendorong para pedagang pakaian bekas memilih berjualan secara live streaming

Alasan	Keterangan
Mudah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat berjualan di rumah 2. Dapat mengurus rumah tangga 3. Terhindar dari preman pasar 4. Tidak merasa kesulitan jika cuaca buruk
Praktis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi pengeluaran dalam menyewa toko 2. Semua proses menggunakan digital 3. Dapat dilakukan kapan saja
Ketertarikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih suka berjualan 2. Suka berkomunikasi dengan orang banyak 3. Suka jadi pusat perhatian orang

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terkait dengan alasan memilih berjualan pakaian bekas secara *live streaming*, penulis melihat bahwa hal ini menjadi sesuatu yang sangat mempermudah para pedagang, karena berjualannya dapat dilakukan dirumah tanpa harus memikirkan untuk membayar uang sewa di pasar, sehingga dengan berjualan melalui *live streaming*, uang untuk membayar sewa dapat digunakan sebagai modal untuk membeli produk dagangan mereka, selain itu berjualan secara *live streaming* juga mempermudah ibu rumah tangga yang memiliki anak kecil, karena *live streaming* ini dapat dilakukan kapan saja dengan melihat situasi dan kondisi yang memungkinkan untuk berjualan karena dalam berjualan secara *live streaming* tidak ada batasan waktu kapan pedagang itu dapat berjualan.

Selain alasan memilih berjualan pakaian bekas melalui *live streaming*, penulis juga menemukan fakta yang membuat para pedagang pakaian bekas lebih memilih media sosial Facebook dibandingkan media sosial lainnya seperti Tiktok dan lain sebagainya untuk berjualan secara *live streaming*. Adapun alasannya yaitu di *Tiktok* harus memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.000 agar pemilik akun bisa melakukan *live streaming*. Berbeda dengan *Facebook*, *live streaming* tetap dapat dilakukan tanpa melihat jumlah pengikut. Lalu, di *Tiktok* modal pedagang tertanam dan memiliki jangka waktu dalam mentransfer ke rekening selama 2-3 minggu. Sedangkan kalau di *Facebook*, tidak perlu menunggu waktu lama, transferan langsung ke rekening penjual.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kalau di tiktok ini kendala nya dimodal, karena uang kita masih tersalur ke tiktok. Terus sistem tiktok mentransfer ke rekening kita itu jangka waktu 2-3 minggu, sedangkan kita yang modal minimkan butuh perputaran modal dan butuh barang baru lagi. Kalau di facebook, langsung dalam transferan, jadi hari itu kita rekap dihari itu juga ditransfer. Jadi kalau di facebook ini modalku nampak, jadi modalku bisa berputar, aku bisa beli bal baru lagi. Terus kalau di facebook lebih mudah karena pertemanan kita 1 2 orang pun kita bisa live yang penting kita join ke grup jual beli online. Tapi kalau di tiktok harus 1000 dulu baru bisa live.”

Pendapat ini ditambahkan juga oleh Delima Sihaloho (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 09 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kalau di facebook ini lebih enak karena siapa aja bisa melakukan live streaming, apalagi kalau uda join di grup makin cepat penontonnya naik karena didalam grup itu kan banyak anggotanya jadi lebih cepat jualan kita laku, terus makin banyak orang yang tau lapak kita untuk belanja. Beda sama tiktok, kan ada minimal followers baru bisa live, kalau kayak aku ini yang followers nya cuma dikit ya manalah bisa live disana”.

Pendapat lain juga ditambahkan oleh Dewi Novika (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 14 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Followers tiktokku masih belum mencukupi supaya bisa live ditiktok karena kan ada batasan pengikut supaya kita bisa live ditiktok. Tapi kalau facebook ini kan dikit pun followers kita tetap bisa kita live streaming, dan aku pun juga kurang tau sistem jualan live streaming di tiktok”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penulis melihat bahwa *live streaming* di facebook tidak melihat jumlah *followers* pemilik akun, berbeda

dengan tiktok yang melihat jumlah followers agar dapat melakukan *live streaming*. Hal ini lah yang membuat para pedagang pakaian bekas lebih memilih media sosial facebook sebagai sarana untuk mempromosikan usaha dagang mereka karena dianggap lebih mempermudah. Begitu pula dengan perputaran modal jauh lebih cepat di media sosial facebook karena transferan oleh konsumen langsung ke pedagang, berbeda dengan tiktok justru modal pedagang tertanam dan memiliki jangka waktu dalam mentransfer ke rekening pedagang selama 2-3 minggu. Selain itu, kurangnya pemahaman pedagang terhadap sistem berjualan *live streaming* di tiktok, sehingga mereka lebih memilih *live streaming* di media sosial facebook.

4.4 Proses dan Kendala Penjualan Pakaian Bekas Secara *Live Streaming*

4.4.1 Proses Penjualan Pakaian Bekas Secara *Live Streaming*

Berdasarkan hasil observasi, ada beberapa hal umum yang menjadi suatu aktivitas yang sama dilakukan oleh semua informan. Para pedagang yang berjualan melalui *live streaming* di *facebook* pada awalnya bergabung dalam sebuah *grup*. Hal ini membantu pedagang untuk menambah penonton atau *viewers* dan juga membantu dalam mempromosikan dagangan mereka keseluruhan masyarakat karena anggota dalam grup tersebut berasal dari wilayah yang berbeda, sehingga dengan bergabung dalam *grup* akan memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan *live streaming* di beranda sendiri. Terkhusus untuk pedagang yang baru merintis, sangat direkomendasikan untuk bergabung dalam grup untuk mengembangkan usaha dagangnya.

Salah satu grup jual-beli online yang banyak diminati adalah *Grup Rumah Live Online*. Adapun syarat agar dapat bergabung dalam grup tersebut yaitu bagi penonton cukup meminta izin pada admin dan setelah itu menunggu konfirmasi dari admin agar kita dapat bergabung dan menjadi anggota dalam grup tersebut, namun bagi anggota yang ingin berjualan melalui *live streaming* harus membayar uang sebesar Rp.150.000/6bln. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kalau kita join di grup keuntungannya kita hanya bayar per-enam bulan sebesar Rp.150.000.’ terus kita uda bisa menjangkau keseluruhan Indonesia karena digrup itu kan anggotanya dari berbagai daerah, beda kalau kita live diberanda kita sendiri, nanti penontonnya cuma sedikit, jadi barang kita lama laku nya dan usaha kita pun jadi ga berkembang. Maka nya akan lebih untung untuk masuk ke grup dari pada di beranda kita sendiri.”

Kemudian saat ingin melakukan *live streaming*, ada beberapa syarat yang perlu diperhatikan oleh pedagang sebelum memulai *live streaming*. Syarat pertama yaitu, *live streaming* hanya dapat berlangsung selama 3 jam. Jika ingin melanjutkan *live streaming*, maka pedagang harus mengakhiri *live* yang pertama dan melanjutkannya dimenit berikutnya. *Kedua*, pedagang harus menutupi bagian atas dan bawah patung, karena jika tidak menutupi patung dibagian intim dianggap sebagai *pornografi* dan resikonya akan di *spam*. *Ketiga*, pedagang tidak boleh menyebutkan suatu *brand* ternama saat menjembreni pakaian. Apabila ada pakaian dari suatu brand, dapat disebut dengan istilah lain seperti *Uniqlo* disebut dengan *Uni*, *Guess* disebut dengan *GGS*, dan *Zara* disebut dengan *Zerong* atau

Rara dan lain sebagainya. *Keempat*, pedagang tidak boleh memutar lagu saat *live streaming* berlangsung dan tidak dapat berbicara kasar.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Syarat kalau kita jualan live streaming itu, kita ga boleh ngomong kasar dan ga boleh menyebut brand. Kalau di grup rumah live online ini ada masa waktu livenya, ada 3 jam/live. Kalau mau lanjut lagi livenya kita harus jeda dulu satu jam baru dijam berikut kita lanjut lagi live nya. Jadi dalam satu hari itu hanya 5 kali saja kita live dan dalam sekali live cuma bisa 3 jam masa durasinya untuk live. Untuk penyebutan brand besar ga boleh jadi ada inisialnya, misalnya kayak Zara jadi kita buat jadi Zerong, Uniqlo jadi Uni, kalau H&M kita buat jadi Hm gitu. Jadi kayak adalah inisial-inisialnya gitu, tapi kalau untuk brand-brand korea kita bebas menyebutnya. Kalau untuk patung, kita harus melakban di bagian intim, contoh dibagian atas dan bawah kita wajib melakban atau menutupi bagian intim karna itu dianggap sebagai pornografi”.

Pendapat ini juga ditambahkan oleh Dewi Novika (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 14 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kita ga boleh sebutkan brand, jangan sebutkan kata-kata kasar. Terus kalau baju kita ada yang bermerek kita gabisa nyebutkan mereknya, jadi kita buat dengan istilah lain misalnya Uniqlo kita sebut dengan Uni, kalau Zara kita sebut dengan Rara, pokoknya yang mendekati dengan merek tersebut gitu. Resikonya nanti kalau kita sebut, kita kena spam”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis menganalisis bahwa syarat saat melakukan *live streaming* ini menjadi sebuah tantangan bagi para pedagang saat melakukan *live streaming*, sehingga para pedagang harus memperhatikan dan memahami dengan cermat mengenai syarat-syarat saat *live streaming* agar dapat

berhati-hati saat melakukan *live streaming* supaya tidak menerima konsekuensi jika melanggar syarat-syarat yang ditentukan.



Gambar 4.3 Penutupan Bagian Intim Patung

Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Adapun alat-alat yang dibutuhkan ketika melakukan *live streaming* yaitu *tripod*, *lighting*, *microphone*, *hanger*, meteran baju dan *mannequin*. *Tripod* digunakan untuk meletakkan *handphone*, sedangkan *lighting* digunakan untuk membantu memberi pencahayaan pada saat *live streaming*, karena pencahayaan sangat penting agar tampilan dari pakaian yang dijual dapat dilihat dengan jelas oleh penonton ataupun konsumen, seperti model pakaiannya dan warna dari pakaian tersebut. *Microphone* digunakan agar suara dari pedagang terdengar dengan jelas, sedangkan *mannequin* untuk memajangkan pakaian agar model dari pakaian itu dapat terlihat dengan baik dan juga dapat menarik perhatian konsumen untuk *join* ke *live streaming* pedagang. *Meteran baju* dibutuhkan untuk mengukur lingkaran dada dan lingkaran pinggang agar mempermudah pembeli untuk mengetahui

ukuran dari pakaian tersebut. Sedangkan *hanger* dibutuhkan untuk menggantung semua pakaian agar mempermudah pedagang saat menjukkan atau menjembreni pakaian satu persatu ke penonton atau konsumen. Setelah alat-alat tersebut telah terpenuhi, maka *live streaming* dapat dijalankan dengan baik. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Alat-alat yang dibutuh saat live itu ada tripod untuk menopang handphone, ringlight untuk pencahaya yang bagus, karna gamungkin kita jualan ditempat gelapkan, orang nanti gatau kualitas barangku dan model barangku gimana, trus microphone supaya suaranya terdengar jelas ke penonton, hanger juga untuk gantungin baju-baju kita supaya lebih gampang jembreni bajunya ke penonton dan biar lebih rapi juga, trus ada patung, di patung ini nanti kita pakaikan baju yang cantik supaya menarik perhatian penonton, dan yang paling penting itu meteran, meteran ini untuk mengukur pakaian itu biar penonton ga salah beli pakaian takutnya nanti kekecilan atau kebesaran sama mereka.

Berdasarkan hal ini, penulis menganalisis bahwa alat-alat ini akan sangat berguna karena dapat mempermudah pedagang ketika proses *live streaming* berlangsung, karena alat-alat tersebut dapat menunjukkan bagaimana kualitas dari barang dagang ataupun pakaian yang dijual, jika tidak melengkapi alat-alat tersebut akan mempengaruhi minat penonton untuk bergabung dalam *live streaming* tersebut, karena tidak memiliki daya tarik tersendiri.



Gambar 4.4 Alat-Alat Keperluan Live Streaming
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Berjualan pakaian bekas melalui *live streaming* juga membutuhkan seorang *admin*. Hal ini untuk mempermudah “*host*” dalam mempersiapkan kebutuhan dan membantu saat *live streaming* berlangsung. Hal ini dikarenakan, dalam keberlangsungan *live streaming*, tidak dapat dilakukan seorang diri. Adapun peran *admin* yaitu membantu *host* untuk melihat komentar konsumen yang mendapatkan suatu pakaian, mendata konsumen yang membeli suatu pakaian, membantu dalam proses rekapan, melihat bukti transferan dari konsumen, mengkonfirmasi harga ongkos kirim ke lokasi konsumen.

Saat membuka bal, *admin* juga memiliki peran untuk membantu menyortir barang mana yang layak untuk dijual dengan harga tinggi dan mana yang rendah, dan mengukur size seperti baju disebut lingkaran dada, kalau untuk celana disebut lingkaran pinggang. Jadi, *admin* sangat membantu dalam berjualan *live streaming*, karena dapat bekerja sama dengan *host*.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Rico Sitrorus (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Admin itu sebagai pendukung dalam live streaming, sehingga proses live streamingnya juga cepat dan juga proses rekapannya berjalan dengan baik. Peran admin ini membantu host untuk mencatat siapa saja yang membeli, dan membantu rekap, karna untuk satu orang bekerja itu tidak mampu, harus ada yang bantu. Jadi saling koordinasilah. Kadang kalau banyak yang beli, admin keteter dan kewalahan kalau admin cuma 1 harus menghadapi berbagai macam pembeli, ada yang minta depositlah, mau minta rekapannya sudah berapa lah, untuk bongkar bal juga admin berperan penting untuk ngecek, menyortir barang mana yang layak dijual di harga tinggi mana yang layak dijual di harga terendah. Terus menyusun barang ke rak baju, menyarikan barang sesuai keinginan costumer, mengukur size, kalau untuk baju namanya lingkar dada, untuk celana lingkar pinggang. Kalau kita umumnya bilang size L,M. gitu”.



Gambar 4.5 Admin Mendata Konsumen
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis menganalisis bahwa keberadaan admin sangat berpengaruh besar terhadap kelancaran berjualan secara *live streaming*. Melihat banyaknya keperluan yang dibutuhkan dan hal-hal yang harus dilakukan jika berjualan *live streaming* maka akan dipermudahkan penjual jika memiliki seorang admin.

Namun secara khusus para pedagang menyortir terlebih dahulu pakaiannya setelah buka bal, hal ini dilakukan untuk menentukan harga setiap pakaian. Jika pakaiannya bagus dan bermerek itu disebut “kepala” atau dengan istilah lain yaitu “*jonggol/premium*”, biasanya harga kepala lebih mahal dan itu dijual di *live streaming* hari pertama setelah buka bal, setelah itu ada pakaian yang nomor dua, pakaian ini juga bagus namun pakaian ini merupakan sisa hasil penjualan yang pertama, dan harganya dibawah pakaian yang *jonggol*, dan ada yang terakhir yaitu restan, ini merupakan sisa-sisa dari pakaian yang belum laku, dan dijual dengan harga yang jauh lebih murah. Namun ada juga pedagang yang langsung *live streaming* saat buka bal, itu disebut dengan “*pecah kawat*”. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“pertama kita beli bal nya dulu, lepas itu kita sortir mana kepala nya, mana nomor duanya dan mana restannya. Jadi, kalau misalnya kepalanya kita jual dengan harga tertinggi, paling aku jual itu harganya paling tinggi itu Rp.45.000, itu uda kepalanya dan paling cantiknya, tapi selesai dari itu nanti selesai kita live kan, uda di fix kan orang otomatis di live kedua harganya kita turunkan tapi jangan langsung keharga modal”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa penyortiran pakaian mulai dari yang jongsol/premium hingga pakaian yang biasa merupakan hal yang tepat untuk dilakukan untuk penentuan harga, karena jika harga pakaian disama ratakan dengan semua pakaian premium dengan pakaian yang biasa akan mengurangi minat pembeli karena tiap pakaian memiliki kualitas yang berbeda, tetapi jika harga dibedakan sesuai dengan kualitas tiap pakaian maka akan menarik minat pembeli dan pedagang akan lebih untung.



Gambar 4.6 Pembukaan Bal dan Penyortiran Pakaian
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Setelah penyortiran dilakukan, maka proses *live streaming* dapat dijalankan. Saat melakukan *live streaming*, pedagang memberikan caption berupa alamat, nomor WhatsApp, jenis pakaian yang dijual dan harga. Adapun proses ketika live itu berlangsung yaitu pedagang menjembreni pakaian yang dijual satu persatu kepenonton dengan menyebutkan bahan pakaian, warna pakaian, menunjukkan motif, dan menyebutkan size dan menjelaskan model dari pakaian

tersebut. Setelah itu, pedagang menyebutkan “*clue*” dari pakaian tersebut agar penonton yang ingin membeli pakaian tersebut dapat berkomentar sesuai dengan *clue* yang ditetapkan oleh pedagang.



Gambar 4.7 Hasil ScreenShot Caption Live Streaming Informan

Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Adapun syarat dalam penentuan konsumen yang mendapatkan satu pakaian yang sama yaitu konsumen yang menyebutkan “*clue*” sesuai dengan yang ditetapkan oleh pedagang. Jika *clue* nya tidak sesuai ataupun kurang satu huruf, itu dianggap tidak sah walaupun dia orang pertama yang berkomentar. Jadi, kalau orang kedua berkomentar tapi *clue* nya sesuai, maka dia yang akan mendapatkan satu pakaian tersebut. Selain *clue*, pedagang juga menetapkan syarat dalam pembelian seperti minimal 2 (dua) pembelian pakaian lalu dapat di rekap. Jika pembeli hanya membeli 1 (satu) pakaian tidak dapat direkap oleh pedagang dan

akan dijembrenki kembali agar pakaian itu dibeli oleh pembeli lain. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Delima Sihalo (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 09 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kita kasih clue, nnti mereka ngefix sesuai clue yang disampaikan, kadang ada juga clue nya kurang 1 huruf atau ga ada harganya, trus dibawahnya ada temen-temannya yang ngefix dengan clue yang bener itu kita kasih ke yang paling bawah. Jadi yang mendapat pakaiannya yang sesuai dengan clue , kalau tidak nanti kita di complain juga sama konsumen lain, misalnya “kan dia salah kak, kok bisa dapat” jadi kita harus adil dalam menentukan siapa yang dapat pakaian itu”.

Pendapat lain juga ditambahkan juga oleh Rico Sitorus (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Berdasarkan handphone dari live atau berdasarkan coment chat siapa yang paling di luan dan juga ada waiting listnya atau orang kedua atau ketiga yang berebut dengan baju yang sama gitu. Jadi kalau misalnya yang paling atas itu tidak ada kejelasan kita ada waitng list satu baju yang sama jenisnya, kalau ga jelas semua, kita jual lagi”.





Gambar 4.8 Keberlangsungan Live Streaming
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Setelah mendapatkan konsumen, maka pedagang segera menghubungi konsumen melalui *WhatsApp* untuk menanyakan terkait data-data konsumen yang diperlukan, seperti nama lengkap dan alamat lengkap. Setelah itu, admin melakukan pengecekan terhadap pakaian tersebut apakah ada reject atau tidak. Jika terdapat reject maka pakaian itu dianggap sebagai bonus. Lalu admin melakukan perekapan pakain yang sudah dibeli oleh konsumen dalam bentuk rekapan video.



Gambar 4.9 *Bukti Rekapan Konsumen*
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Kemudian, setelah perekapan, konsumen harus segera mentransfer pembayaran melalui rekening seperti BRI, BCA dan lain sebagainya, sedangkan E-Wallet seperti Ovo, Dana, Link dan lain sebagainya. Adapun estimasi waktu dalam pembayaran itu selama 2-3 hari, jika dalam waktu tersebut konsumen memiliki kendala, maka akan diberi keringan selama satu minggu. Setelah itu, admin melakukan packing dan segera melakukan pengiriman barang ke konsumen melalui ekspedisi.

Berdasarkan wawancara diatas, penulis menganalisis bahwa penjelasan mengenai kondisi pakaian yang akan dijual seperti motif, warna, bahan, dan menyebutkan size pakaian tersebut merupakan hal yang paling penting ketika berjualan secara *live streaming*, karena ini akan memudahkan konsumen untuk mengetahui kondisi dari pakaian tersebut dan memudahkan konsumen untuk

memutuskan untuk membeli pakaian tersebut. Setelah itu, membuat “clue” untuk menentukan konsumen yang mendapatkan pakaian tersebut juga merupakan suatu tindakan yang adil dan memudahkan pedagang untuk menentukan siapa konsumen yang mendapatkan pakaian tersebut. Salah satu kebijakan yang dibuat oleh pedagang seperti “waiting list” juga merupakan strategi yang tepat dilakukan jika terdapat konsumen yang tidak jelas. Kemudian rekaman dalam bentuk video juga merupakan tindakan yang tepat dilakukan untuk menghindari penipuan.



Gambar 4.10 *Packingan Barang Konsumen*
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022



Gambar 4.11 Resi Pengiriman Barang
 Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Pedagang yang berjualan pakaian bekas melalui *live streaming* juga memiliki cara agar penonton dapat bertambah dan bertahan dalam *live streaming* pedagang. Caranya yaitu dengan mempromosikan melalui *story* Facebook maupun Whatsapp, memberikan *giveaway* kepada penonton yang “*share*” *live streaming* pedagang, hal ini dilakukan agar menambah penonton yang *join* ke *live streaming* pedagang. Selanjutnya, pedagang memajang pakaian dipatung dengan pakaian yang jongsol dan menyebutkan harga diakhir *live streaming*, hal ini lakukan agar penonton bertahan untuk menunggu rebutan pakaian jongsol yang ada dipatung. Kemudian, host harus menunjukkan sikap yang baik dan berpenampilan menarik. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Jadi supaya penonton dan pelanggan kita bertahan di live, kita selalu adain give away, terus kalau pelanggan kita banyak beli

pakaian di tempat kita, kita kasih potongan harga, dan kalau aku selalu pajang pakaian yang cantik di patung, dan menyebutkan clue dan harganya di akhir live streaming, karena penonton pasti akan menunggu sampai akhir live streaming untuk rebutan pakaian yang dipatung”.

Pendapat lain ditambahkan juga oleh Delima Sihaloho (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 14 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kalau aku sebelum live streaming itu, aku buat story dulu di Whatsapp dan Facebook, supaya pelanggan ku ini tau jam berapa aku live, dan supaya nambah penonton juga kan, terus kalau ada penonton yang share live ku ke profil mereka, biasanya aku kasih hadiah, tujuannya share nya itu supaya semakin banyak yang tau lapak jualanku”

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis menganalisis bahwa dengan cara mempromosikan melalui story WhatsApp maupun Facebook, serta memberikan *giveaway*, dan memajang pakaian jonggol di patung merupakan suatu strategi yang tepat agar menambah dan membuat penonton bertahan sampai akhirnya *live streaming* selesai disiarkan.

Selain itu, pedagang memiliki cara berkomunikasi dengan pembeli saat *live streaming*, hal ini untuk menarik perhatian pembeli agar mau menonton sekaligus membeli barang dagangan mereka. Adapun, beberapa cara komunikasi pedagang seperti penyampaian pembuka, saat *live streaming*, dan penutup saat *live streaming*, yaitu seperti yang disampaikan oleh Delima Sihaloho (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 09 Agustus 2022. Beliau mengatakan:

“Kalau dilive streaming ini kita harus pandai bicara didepan kamera, supaya penonton pun ga bosan liat kita di handphone itu,

jadi kalau pertama kali mulai live streaming, kita sapa dulu penontonnya, kayak “halo hamuna, borong banyak hari ini ya” ini hanya sebagai pemanis diawal mulai live aja. Kalau aku manggil penontonku dengan sebutan “hamuna”, supaya lebih merasa dekat aja ke mereka. Terus kalau live mau berakhir, aku ga lupa lah bilang makasih dan jangan sembarangan transfer, takutnya penipuankan”

Pendapat lain juga ditambahkan oleh Dewi Novika (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 14 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“ Saat live streaming biasanya aku manggil langgananku itu dengan sebutan “sis”, ini supaya aku sama penontonku ini ga canggung”.

4.4.2 Kendala Penjualan Pakaian Bekas Secara *Live Streaming*

Berjualan pakaian bekas secara *live streaming* terdapat beberapa kendala yang dialami oleh pedagang pakaian bekas. Seperti dalam pembelian bal, pedagang tak jarang mengalami kesulitan dalam membeli bal, karena sering sekali barang dari *toke* ataupun distributor dari tempat pedagang memesan barang pakaian bekas mengalami razia karena pakaian bekas ini merupakan barangg ilegal. Sehingga para *toke* menaikkan harga kepada pedagang, dan otomatis pedagang juga menaikkan harga kepada konsumen. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

*“Kalau misalnya lagi ada razia, jadi pihak *toke* bal kami, kalau misalnya barang di tahan di bea cukai, otomatis harga bal tinggi, jadi *toke* pun menaikkan harga bal. Ja di kendala dikami itu, yang biasanya menjual harga sekian dilive, otomatis kan kita menaikkan harga dilive karna barang kita itu sempat ga ada, kalau ada pun*

itu dari toke toke lain, jadi toke yang biasa aku ambil itu ngambil dari toke lain dan dia pun minta harga yang lebih tinggi lagi kan. Jadi, yang biasanya harga bal ku Rp.9.000.000, jadi harga jualnya Rp. 9.500.000. Jadi kalau aku jual biasanya di harga Rp.45.000 di live, otomatis naik jadi Rp.50.000.”

Selain itu, pedagang juga mengalami kendala dalam pembayaran, yang dimana konsumen itu PHP (Pemberi Harapan Palsu). Tak jarang pedagang mendapat konsumen yang sering hilang kabar ketika sudah dihubungi melalui *WhatsApp*, maka otomatis konsumen itu masuk dalam daftar PHP dan tidak bisa belanja lagi. Karena hal ini dianggap menjadi kerugian bagi pedagang, yang dimana barang yang sudah dibeli ataupun sudah di “*fix*” oleh konsumen tersebut harus diperjualkan kembali namun dengan harga yang lebih murah. Sehingga untuk mengurangi hal seperti ini, pedagang membuat suatu metode yaitu *deposit*. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Maria Sitorus (27 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Kendalanya dalam pembayaran, nanti ada yang uda deposit tapi dia ga menyadarkan diri kalau dia itu uda ngefix dan deposit, paling kita deposit paling banyak Rp.100.000, dan itu kan kita ga tau keseriusannya kalau pembeliannya banyak, kita gatau pembayaran sisanya gimana, kalau sisa pembayarannya diluar batas 2 hari, depositnya hangus. Dan barangnya kita jual lagi dengan harga yang lebih murah jadinya.”

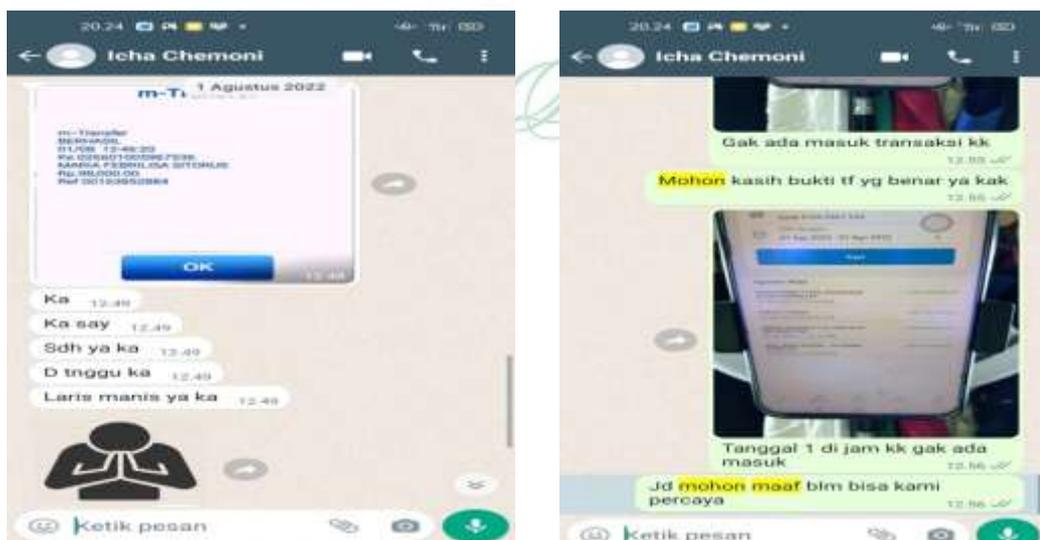
Selain itu, penipuan dalam bertransaksi juga pernah dialami oleh pedagang. Penipu tersebut melakukan transaksi palsu dengan mengedit bukti transfer ke pedagang. Hal ini tentu menjadi keresahan bagi pedagang, dan pedagang juga harus berhati-hati dalam melihat bukti transfer. Hal ini

sebagaimana disampaikan oleh Rico Sitorus (23 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 05 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Mobile banking kita itukan di handphone aku ngelive, jadi aku ga bisa ngecek itu bukti transfer palsu atau asli pada saat itu. Jadi setelah live baru kita cek, ternyata dia bukti transfer palsu, kita tau itu palsu karna namanya ga sesuai, biasanya transfer palsu itu beda dengan bri mobile. Huruf dan warnanya kita tau, jadi barang yang dia fix itu kan jadi turun, apalagi dia ngambil banyak jadi semua turun harganya. Jadi kita juga buat solusi, setiap yang uda ngefix kita kasih waiting list nya”.

Gambar 4.12 Bukti Transfer Palsu
Sumber : Dok. Penelitian Tahun 2022

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis menganalisis bahwa penipuan ini terjadi karena adanya pihak-pihak seperti pembeli yang tidak bertanggung jawab. Dampak dari hal ini membuat harga dari pakaian yang di beli oleh penipu tersebut menjadi turun harga. Sehingga pedagang membuat solusi



untuk mengantisipasi hal ini yaitu

dengan membuat *waiting list*. *Waiting list* ini untuk berjaga-jaga jika ada pembeli

yang tidak bertanggung jawab maka pakaian yang sudah dibeli, akan beralih ke pembeli yang lain dengan harga yang sama.

Kendala lain yang dialami pedagang yaitu jaringan, jaringan kerap kali membuat keberlangsungan *live streaming* ini tidak berjalan dengan baik apalagi disaat hujan. Sehingga apa yang disampaikan dengan pedagang akan terlambat ke konsumen, dan akan mempengaruhi untuk mengetahui komentar konsumen yang pertama sekali “nge-fix” suatu pakaian. Selain itu, listrik juga menjadi kendala dalam keberlangsungan *live streaming*. Hal ini sudah dilihat langsung, ketika penulis melakukan observasi kerumah pedagang. Saat melakukan *live streaming*, padam listrik terjadi sehingga ini membuat suasana menjadi gelap, dan pedagang tak mampu menunjukkan pakaian dengan jelas agar konsumen melihat pakaian tersebut, sehingga dalam hal ini *live streaming* diberhentikan sementara.

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis menganalisis bahwa menaikkan harga jual ketika terjadi kenaikan harga bal merupakan solusi yang baik, kemudian solusi untuk mengurangi kendala terhadap konsumen yang “*pemberian harapan palsu*” dengan cara memberikan deposit terlebih dahulu merupakan hal yang tepat agar konsumen tidak serta merta melakukan kecurangan dalam pembelian. Selaian itu, kendala dalam transaksi palsu merupakan suatu tindakan curang yang dilakukan oleh pembeli, sehingga solusi yang diberikan oleh pedagang yaitu waiting list merupakan cara yang tepat agar tidak mengalami kerugian.

4.5 Persepsi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penjualan Pakaian Bekas Secara *Live Streaming*

4.5.1 Persepsi Konsumen

Saat ini, para konsumen membeli pakaian bekas sudah bisa dibeli melalui *live streaming*, walaupun berbelanja pakaian bekas di pasar tetap masih ada. Berbelanja pakaian bekas melalui *live streaming* ini mulai digemari ketika covid-19 marak di Indonesia. Tentu hal ini merupakan hal baru bagi para konsumen, yang dimana pada awalnya mereka hanya dapat memperoleh pakaian bekas di pasar, kini mereka dapat berbelanja secara online. Tidak sedikit masyarakat yang berbelanja pakaian bekas melalui *live streaming*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang bergabung pada saat berlangsungnya proses *live streaming* para pedagang pakaian bekas dan dapat dilihat dari kolom komentar yang dilontarkan para konsumen terkait dengan pakaian yang dipaparkan.

Para konsumen merasa hal ini sangat mempermudah mereka dalam berbelanja pakaian bekas secara *live streaming*, karena mereka dapat berbelanja dimana saja dan kapan saja tanpa harus ke pasar tradisional. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Korry Tampubolon (25 Tahun) pada tanggal 10 Agustus 2022. Beliau menyatakan :

“Kalau menurut saya, lebih mudah dan praktis jika belanja online di live streaming. Karena kalau live streaming ini waktunya lebih fleksibel kapan saja atau dalam keadaan/kesibukan apapun kita masih bisa belanja sesuai keinginan kita. Kalau belanja dipajak waktu kita terbatas, kan pedagang yang di pajak ini jualan hanya sampai sore udah tutup. Pedagang dipasar juga sedikit, kalau di live streaming jangkauannya se-Indonesia”.

Pendapat lain ditambahkan juga oleh Erika Naibaho (53 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 15 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“menurut saya, belanja secara live streaming ini untuk saya sebagai pekerja, itu sangat mempermudah, karena kalau pergi belanja ke pajak, waktunya akan sedikit untuk saya mencari kebutuhan saya, tapi kalau di live streaming ini, ga ada batasan waktu, saya bisa belanja dari rumah sambil nyantai dan ga terburu-buru dan barang-barang yang dijual dilive streaming pun juga lebih lengkap daripada di pajak”.

Seperti yang disampaikan oleh informan, bahwa informan menganggap berbelanja pakaian bekas melalui live streaming lebih mudah dan praktis. Lebih mudah yang dimaksud oleh informan adalah berbelanja online dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa perlu pergi ke pasar sehingga hal ini dianggap lebih mempermudah pembeli dalam berbelanja pakaian bekas. Sedangkan praktis yang dimaksud oleh informan adalah waktu dalam berbelanja pakaian bekas secara live streaming ini tidak ada batasan. Selanjutnya, informan merasa bahwa barang dagangan secara live streaming lebih lengkap dibandingkan dengan barang dagang yang ada di pasar. Sehingga hal ini membuat informan merasa jauh lebih praktis jika berbelanja secara live streaming. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan dalam kelanjutan wawancara sebagai berikut :

“Aku merasa lebih mudah belanja live streaming karena kita bisa belanjanya itu kapan aja dan dari mana aja, karena kalau kita pergi langsung ke pajak pasti lebih capek angkat-angkat barang belanja kita, terus keliling juga cari yang kita butuhkan, kalau secara live streaming ini kan hanya dari rumah aja uda bisa kita belanja kebutuhan kita. Terus kalau di pajak kan, jualannya sampai sore jadi kita belanjanya pun jadi terburu-buru, beda kalau live streaming kan, jualannya ada juga yang sampai malam, jadi kita bisa tetap santai belanjanya tanpa terburu buru, dan dilive

streaming ini lebih lengkap jualannya, ada yang jualan tas, celana, pakaian, bahkan ada main mainan anak, kalau dipajakkan belum tentu di satu pajak itu ada semua barang dagang yang dijual, pasti hanya beberapa aja”.

Masyarakat merasa *live streaming* ini mudah dikarenakan prosesnya tidak terlalu sulit, yang dimana konsumen hanya menonton pedagang memajangkan pakaiannya satu persatu, kemudian jika konsumen tertarik dengan pakaian tersebut, maka konsumen harus cepat mengetik *clue* yang telah ditetapkan oleh pedagang karena sistem dari pembelian melalui *live streaming* ini, siapa cepat dia dapat. Sehingga konsumen juga harus memiliki koneksi ataupun jaringan yang bagus pada saat mengikuti *live streaming*. Selain daripada itu, konsumen juga merasa mudah karena pakaian yang sudah di *fix* akan diantar langsung kerumah melalui ekspedisi yang tersedia.

Adapun alasan konsumen memilih belanja pakaian bekas itu dikarenakan pakaian bekas memiliki kualitas tak kalah jauh jika dibandingkan dengan pakaian baru, pakaian bekas memiliki harga yang jauh lebih murah. Pakaian bekas memiliki keunikan tersendiri, yang dimana satu jenis pakaian hanya ada satu, sehingga menutup kemungkinan untuk memiliki satu pakaian yang sama dengan orang lain. Selain daripada itu, pakaian bekas ini sering sekali ditemukan pakaian-pakaian yang memiliki brand ternama, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli pakaian bekas. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Korry Tampubolon (25 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 20 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Alasan pertama saya suka belanja pakaian bekas itu karena murah ya pasti, kedua karena modelnya sangat beragam dan unik.

Ini kan produk import ya, dalam bal itu satu baju satu model dan satu ukuran, nah kan jarang sekali kita ketemu orang dengan pakaian yang sama yang kita pakai (couple). Kalo pakaian baru kan jualannya per series dan banyak ukuran gitu ya otomatis akan ada kemungkinan kita couple-an dengan orang lain. Selain itu juga pakaian import ini banyak brand ternama, uda pasti kualitas akan jauh berbeda jika dibandingkan dengan pakaian baru (local).”

Pendapat lain ditambahkan juga oleh Erika Naibaho (53 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 15 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“Saya lebih memilih belanja pakaian bekas ya karena murah. Harganya murah, tapi baju nya bagus, makanya saya suka sekali beli pakaian bekas ini, baju-bajunya pun menarik. Sekaligus, kalau belanja pakaian bekas ini enak milih-milih yang bagus sambil ngisi-ngisi waktu juga”.

Seperti yang disampaikan oleh informan, bahwa informan menganggap berbelanja pakaian bekas lebih murah. Lebih murah yang dimaksud informan yaitu, informan dapat memperoleh pakaian yang memiliki brand ternama dengan harga yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan pakain baru yang memiliki brand dan pakaian bekas itu masih memiliki kualitas yang bagus dan masih layak pakai. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan dalam kelanjutan wawancara sebagai berikut :

“Kalau pakaian bekas ini kan pasti ada dari brand ternama, semisalnya kayak brand Uniqlo, kalau aku dapat pakaian bekas merek uniqlo itu harga nya jauh lebih murah dibandingkan aku beli pakaian baru merek uniqlo di storenya langsung. Jadi aku merasa belanja pakaian bekas ini lebih murah”.

Sehingga penulis menganalisis bahwa konsumen memilih berbelanja

pakaian bukan berdasarkan barang baru atau barang bekasnya, melainkan dari bagaimana kualitas barang tersebut. Selain itu, harga dari barang tersebut juga menjadi salah satu keputusan konsumen dalam membeli suatu barang. Sehingga hal ini lah yang menjadi daya tarik konsumen mengapa lebih memilih belanja pakaian bekas dibandingkan dengan pakaian baru. Pakaian bekas dengan harga yang murah tapi bisa mendapatkan kualitas yang bagus dan berasal dari brand ternama, berbeda dengan barang baru, untuk mendapatkan kualitas yang bagus tentu dengan harga yang jauh lebih mahal.

4.5.2 Kepercayaan Konsumen

Mengingat bahwa pembelian pakaian bekas secara *live streaming* merupakan hal baru, tentu konsumen memiliki kepercayaan dalam berbelanja pakaian bekas secara *live streaming*. Apalagi membeli pakaian bekas secara live streaming dengan belanja langsung ke pasar pasti memiliki perbedaan, mulai dari situasi tawar menawar yang biasanya dilakukan secara tatap muka, kini hanya melalui via chat, dan sistem transaksi yang biasanya dilakukan secara tunai, kini transaksinya dilakukan via e-wallet. Sehingga dalam hal ini, penulis menemukan fakta terkait dengan bagaimana kepercayaan informan terhadap belanja secara live streaming. Sebagaimana disampaikan Korry Tampubolon (25 Tahun) pada tanggal 20 Agustus 2022. Beliau menyatakan :

“Kalau soal kepercayaan pasti diawal belanja secara live itu takut ya, takut apa yang kita beli tidak sesuai sama apa yang kita lihat dari layar hp saat live streaming. Takut juga ada penipuan”

Seperti yang disampaikan oleh informan, bahwa informan merasa takut ketika awal mula belanja secara live streaming. Takut yang dimaksud oleh informan yaitu kualitas pakaian yang tidak sesuai dengan yang ditunjukkan oleh pedagang saat live streaming, seperti warnanya, atau ada bagaian-bagaian yang sudah lecet. Ketakutan lainnya yaitu seperti penipuan baik dari seller/penjual atau dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab, seperti barang yang mungkin tak sampai pada konsumen. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan dalam kelanjutan wawancara sebagai berikut :

“Pertama kali belanja pakaian bekas secara live streaming ini, aku takut kualitas barangnya itu ga sesuai, kayak warna pakaiannya takutnya pudar, atau ada bagian-bagian yang koyak. Karna kalau dipajak kan bisa kita liat langsung secara detail gimana kondisi pakaiannya itu, kalau dilive streaming ini kan engga. Terus yang aku takutkan itu penipuan seperti misalnya barang yang uda ku pesan ga dikirim, itu aja sih ketakutanku waktu pertama kali belanja live streaming ini”.

Pendapat lain ditambahkan juga oleh Erika Naibaho (53 Tahun) saat wawancara dengan beliau pada tanggal 15 Agustus 2022. Beliau mengatakan :

“waktu pertama kali mau mulai belanja pakaian bekas di live streaming ini, awalnya merasa kurang yakin sama kualitas pakaiannya, karena kita kan ga pegang langsung pakaiannya gimana, jadi takut kalau ternyata ada bagian-bagian dari pakaian yang pudar warnanya atau koyak, karena kalau pun kita belanja dipajak pasti kualitas pakaiannya itu kita perhatikan betul, sedangkan kalau live streaming ini hanya dapat kita lihat, makanya awalnya kurang yakin”

Selain itu, pembelian pakaian bekas secara *live streaming* memiliki kendala yang menjadikan konsumen menjadi ragu. Beberapa diantaranya yaitu jaringan. Jaringan sangat mempengaruhi konsumen ketika menonton *live*

streaming, karena jika jaringan kita tidak memadai konsumen akan ketinggalan *live streaming* atau dengan kata lain yaitu “lag”. Maka ketika konsumen tertarik kepada satu pakaian, konsumen yang tidak memiliki jaringan yang bagus akan tidak kedapatan pakaian tersebut karena sudah terdahului dengan konsumen yang memiliki jaringan yang bagus.

Selain jaringan, proses bertransaksi juga memiliki kendala dalam pembelian melalui *live streaming*. Hal ini terjadi akibat pedagang memiliki sistem pembayaran yang berbeda-beda, pedagang ada yang mengharuskan untuk mentransfer disaat itu juga, sehingga konsumen yang tidak memiliki m-banking atau e-wallet akan mengalami kesulitan dalam hal ini. Bertransaksi juga kerap sekali mengalami penipuan, yang dimana seseorang menyamar sebagai pedagang dan mengambil nomor telepon konsumen dari kolom komentar, lalu seorang penipu itu menghubungi konsumen dengan mengirimkan hasil *screenshot live streaming* untuk meyakinkan pembeli bahwasannya dia adalah seorang pedagang dan meminta untuk segera mentransfer hasil dari pembelian ke nomor rekening penipu tersebut.

“Kalau live streaming ini kita dihadapkan sama sesama pembeli lainnya, jadi untuk mendapatkan satu barang itu biasanya saling rebutan. Kalau jaringan jelek, ya pasti selalu ga dapat. Untuk pembayarannya juga kadang harus transfer langsung jadi sedikit kesulitan kalau ga punya internet banking, penipuan pun sering juga terjadi, nanti ada yang menyamar dan mengirimkan hasil screenshotan baju yang kita kita beli”.

Walaupun demikian, kini kepercayaan konsumen terhadap penjualan *live streaming* mulai membaik, karena setiap penjual memiliki sistem untuk terhindar

dari penipuan, salah satunya yaitu rekaman melalui video, dan penjual selalu mengingatkan kepada pembeli untuk tidak sembarangan mentransfer jika belum ada rekaman video dari penjual. Selain itu, para pedagang memberikan pelayanan yang baik ketika proses *live streaming* berlangsung untuk meyakinkan konsumen bahwa pakaian yang dipajang benar-benar bagus dengan memberikan pencahayaan agar mampu menunjukkan kondisi pakaian tersebut seperti warna, motif serta menjelaskan terkait model pakaian, merek baju tersebut, ukuran serta jika ada yang lecet pedagang akan memberitahukan seperti koyak, luntur, atau kancing yang putus. Seperti yang disampaikan Korry Tampubolon (25 Tahun) pada tanggal 20 Agustus 2022. Beliau menyatakan :

“Seiring berjalannya waktu, kepercayaan saya terhadap live streaming ini oke oke aja, apalagi uda termasuk lama juga belanja live streaming ini kan, jadi uda bisalah bedakan mana yang bagus mana yang engga, owner nya pun juga sekarang uda ngembangkan strateginya supaya pembelinya ini percaya sama jualannya, tapi ya tetap harus berhati-hati.”

Seperti yang disampaikan oleh informan, bahwa kepercayaan informan saat ini “oke-oke” saja. Oke-oke saja yang dimaksud informan adalah informan merasa bahwa kepercayaannya di awal mulai belanja secara live streaming informan merasa takut, namun semakin hari kepercayaannya mulai yakin terhadap jualan live streaming ini karena sistem yang dilakukan tiap penjual memiliki cara yang baik untuk terhindar dari ketakutan yang dirasakan oleh informan, seperti rekaman berbentuk video sehingga terhindar dari penipuan, dan penyampaian kualitas pakaian yang disampaikan oleh pedagang sangat jelas, mulai dari model

pakaiannya, warnanya, serta ukuran. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh informan dalam kelanjutan wawancara sebagai berikut :

“Kalau dulukan, sistem rekapannya itu bentuk screenshot, jadi mudah terjadi penipuan yang nyamar jadi pedagang itu, makanya sekarang pedagang mulai buat rekapannya itu bentuk video, makanya aku semakin yakin belanja live streaming ini, terus yang jualan pun detail dia menyampai kualitas pakaiannya, kalau ada yang lecet pun pasti dikasih tau ke penonton”

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis menganalisis bahwa kepercayaan konsumen terhadap belanja pakaian bekas melalui *live streaming* itu tergantung bagaimana pedagang menentukan strategi jualan yang tepat dan terpercaya. Sehingga dalam hal ini, pedagang harus pandai dalam meyakinkan konsumen dan bersikap jujur terhadap penjualan pakaian bekas agar tidak merugikan konsumen.

4.6 Pembahasan Penelitian

Teori fenomenologi Edmund Husserl mengatakan bahwa fenomenologi menunjukkan apa yang tampak dalam kesadaran kita dengan membuatnya menjadi nyata. Pada penelitian ini, fenomena berjualan pakaian bekas melalui *live streaming* merupakan realitas yang tampak dan nyata yang diterima apa adanya. Banyak pedagang yang pada akhirnya memilih untuk berjualan melalui *live streaming* dikarenakan beberapa alasan yaitu wabah covid-19 yang mengharuskan untuk bekerja dari rumah, hal ini dianggap lebih mempermudah pedagang karena dapat berjualan dari rumah tanpa perlu menyewa sebuah toko, dan dianggap mampu mempermudah ibu rumah tangga dalam mengurus anak

Pergeseran yang terjadi pada saat sebelumnya dengan saat sekarang ini membuat banyak perubahan dalam berbagai aspek. Jika dulu para pedagang pakaian bekas berjualan dipasar dapat bertemu dan berinteraksi langsung dengan konsumen dan juga dengan teman-teman sesama penjual pakaian bekas, kini dengan adanya kehadiran fitur *live streaming* di media sosial *facebook*, membuat para pedagang hanya mampu berkomunikasi melalui kolom komentar dan whatsapp. Hal ini sesuai dengan pokok pikiran Husserl yang mengatakan bahwa terdapat interaksi antara tindak kesadaran (noesis) dengan objek yang disadari (noema).

Kemudian kesenjangan yang terdapat dalam berjualan secara *live streaming* yaitu *live streaming* hanya dapat dilakukan selama 3 jam, bagaiian intim patung harus ditutup, tidak menyebutkan suatu brand, tidak boleh berkata kasar dan tidak boleh memutar lagu saat *live streaming* berlangsung karena akan mendapatkan konsekuensi seperti “*spam*”, *spam* merupakan suatu bentuk laporan akibat dari pelanggaran yang dilakukan.

Husserl mengatakan bahwa setiap fenomena selalu didasari oleh aktivitas subjektif dan objek sebagai titik fokus. Aktivitas subjektif selalu mengarah pada objek. Aktivitas subjektif menafsirkan, memberikan identitas, dan membentuk, makna pada objek. Oleh karena itu, aktivitas subjektif dan objek sebagai fokus tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, fenomena ini hanya dapat diamati oleh mereka yang pernah mengalaminya. Melalui pendapat Husserl, dalam penelitian ini penulis memilih pedagang, admin, dan juga pembeli sebagai informan dalam

penelitian ini. karena informan tersebut terlibat langsung dalam fenomena yang terjadi sekarang ini yaitu berjalan melalui *live streaming* di grup *facebook*.

