

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Fenomena *thrift shopping* sudah menjadi budaya populer dikalangan masyarakat mulai dari remaja, dewasa dan orang tua. Fenomena yang dilihat peneliti yaitu dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Medan Fakultas Ilmu Sosial yang melakukan *Thrift shopping* (belanja hemat) dengan melakukan belanja barang bekas yang akan menunjang kegiatan sehari-hari mereka. Fenomena perilaku membeli barang bekas seperti pakaian bekas dilakukan secara langsung dan juga melakukannya dengan membeli secara online. Penelitian *thrift shopping* menjadi hal yang menarik dan banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, seperti yang dilakukan Hulme (2019) yaitu *thrift shopping* dilakukan bukan hanya pengaruh ekonomi melainkan melakukan *thrift shopping* sudah menjadi tuntutan di lingkungan.

Penelitian selanjutnya ini akan membahas pengaruh konsep *thrift* terhadap perilaku berbelanja di kalangan mahasiswa dan aspek yang berdampak pada kebiasaan terhadap kegiatan sehari-hari. *Thrift shopping* menggambarkan bagaimana perilaku belanja *thrift* terbentuk di kalangan mahasiswa, dengan bantuan aplikasi media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, dan lainnya. Aplikasi tersebut menyediakan media penjualan pakaian bekas, sepatu, tas, dan lainnya yang masih layak pakai, dikemas dengan menarik, dan dibagikan di media sosial.

Mahasiswa yang melakukan *thrift shopping* memiliki keinginan untuk memiliki barang-barang bagus, bermerek, dan tetap tren di kalangan masyarakat, tanpa harus mengeluarkan biaya yang mahal. Perilaku belanja mahasiswa sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, termasuk media sosial dan panutan yang mereka ikuti. Meskipun kondisi keuangan setiap individu berbeda, keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup tetap tinggi, dan *thrift shopping* menjadi alternatif yang menarik bagi mereka. *Thrift shopping* menawarkan seseorang hemat tetapi mampu memenuhi nilai konsumtif mereka dengan berbelanja barang bekas yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, sehingga menarik minat mahasiswa. Fenomena yang terjadi pada mahasiswa di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial, penggunaan pakaian *thrift shopping* sering digunakan dan sering juga berbelanja seperti ke pajak sambu dan pajak melati.

Istilah *thrifting* di Indonesia mengacu pada kegiatan berburu pakaian bekas. Belanja baju bekas mungkin bukan lagi fenomena baru beberapa orang sudah mengenal dan terlibat dalam membeli pakaian bekas. Meski begitu, memakai baju bekas masih dianggap tabu dan memalukan bagi sebagian kebanyakan orang. Namun sudah menjadi tren, bahkan menjadi sorotan, walaupun banyaknya isu karena dikaitkan dengan isu menjaga lingkungan dari dampak buruk *fast fashion*. Hal ini dianggap karena mampu menghemat yang dulunya dianggap biasa saja, kini digandrungi anak muda. Mereka tidak lagi malu untuk membeli baju bekas tapi terang-terangan memburu baju bekas di media sosial atau *market place*.

Peran media sosial dalam pemilihan *thrift shopping* sangat besar dalam membentuk sebuah budaya populer di kalangan mahasiswa yang sangat didukung

oleh media sosial. Hal yang membuktikan bahwasannya nya *thrift shopping* menjadi budaya populer dikarenakan tingkat konsumsi dan kebutuhan yang sudah dialirkan dalam media sosial sehingga hal ini bukan hal yang asing bagi masyarakat dan menjadi motif mereka. Motif dapat didefinisikan sebagai kebutuhan yang dapat menekan seseorang untuk mencari kepuasan. (Schiffman dan Kanuk, 2000). Sedangkan menurut Hawkins (2017), motif adalah dorongan internal dari konsumen yang mengarahkan konsumen untuk melakukan suatu perilaku sebagai bentuk respon terhadap sesuatu.

Mode *fashion* baru mendorong konsumen untuk mengikuti perkembangannya. *Shopping lifestyle* melibatkan cara konsumen menghabiskan waktu, uang, dan sikap mereka terhadap dunia sekitar. Konsumen yang menjadi pelaku nya yaitu mahasiswa yang melakukan *thrift shopping* di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan. Beberapa konsumen tergoda untuk berbelanja berlebihan karena penawaran menarik dari penjual langsung. Ketergantungan pada *fashion* yang selalu berubah membuat orang menjadi hedonis dan terus memperbarui gaya mereka tanpa rencana. *Thrift shopping* dicari untuk barang murah, edisi terbatas, dan bernilai tinggi yang bisa dijual kembali. Penelitian menunjukkan bahwa *thrift shopping* memberikan nilai tinggi pada anak muda dan telah menjadi budaya populer di masyarakat.

Peneliti memandang fenomena *thrift shopping* sebagai bentuk adaptasi individu atau kelompok dalam mengatasi perubahan sosial dan ekonomi. Berdasarkan konteks ini, Antropologi melihat fenomena toko barang bekas sebagai sebuah gerakan sosial yang bermakna dalam konflik sisi konsumerisme. Penelitian ini,

Antropologi juga memperhatikan nilai transformasi yang dihasilkan dari praktik hemat, seperti nilai sosial, estetika, dan kultural yang terus berkembang dan mengintegrasikan budaya konsumsi yang lebih berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari. Antropologi memandang fenomena ini sebagai bentuk adaptasi individu atau kelompok dalam mengatasi perubahan sosial dan ekonomi.

1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana latar belakang fenomena *thrift shopping* dikalangan mahasiswa?
2. Bagaimana Preferensi berbelanja mahasiswa pada saat melakukan *thrift shopping*?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti maka didapatkan tujuan penelitian yaitu:

1. Tujuan penelitian untuk menggali motif latar belakang mahasiswa melakukan *thrift shopping* dan melihat bagaimana faktornya dalam membentuk perilaku belanja barang bekas dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi keadaan di kalangan mahasiswa di Universitas Negeri Medan Fakultas Ilmu Sosial. Dengan penelitian ini bertujuan memahami mahasiswa dalam nilai-nilai dan manfaat *thrift shopping*, Menjelaskan peran media sosial dalam mempopulerkan *thrift shopping* di kalangan mahasiswa. Menyusun rekomendasi bagi institusi pendidikan dan penjual *thrift shop* untuk

mendukung dan memperluas adopsi *thrift shopping* di kalangan mahasiswa dalam pengkajian penelitian.

2. Untuk mengetahui bagaimana prefensi mahasiswa pada saat melakukan *thrift shopping* dalam menentukan barang yang dibeli dan toko atau tempat yang menjadi tujuan membeli barang.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap penulis dan juga pihak tertentu:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini untuk memperluas dan memperdalam penelitian dari Hulme dan Miller melalui pendalaman motif mahasiswa dalam membentuk perilaku belanja di kalangan mahasiswa dengan faktor-faktor yang ada melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada penelitian tentang keberlanjutan dengan menyoroti praktik konsumsi berkelanjutan, yaitu *thrift shopping*. Temuan penelitian ini dapat membantu dalam memperluas pemahaman tentang praktik konsumsi berkelanjutan dan memperkaya literatur keberlanjutan.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini mampu menjadi rujukan dari Antropologi ekonomi yang merujuk kepada perilaku konsumtif manusia.