

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan dapat dibedakan menjadi Tiga bagian, yakni kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang mendasar dan harus dipenuhi. Hakikatnya, kebutuhan primer terdiri dari kebutuhan pangan, papan, dan sandang. Pemaparan mengenai bagian dari kebutuhan primer diatas, masing-masing memiliki arti yaitu pangan yang mencakup dari makanan dan minuman sebagai pemberi nutrisi untuk pertumbuhan manusia. Sedangkan papan berarti tempat tinggal ataupun rumah fungsinya sebagai tempat berlindung. Begitu pula dengan sandang yang lebih dikaitkan dengan pakaian fungsinya sebagai pelindung tubuh dan juga sebagai penutup aurat.

Berbicara mengenai pakaian, pada zaman pra-sejarah manusia belum mengenal pakaian maupun busana seperti saat ini. Zaman dahulu manusia memakai kulit binatang, tumbuhan untuk menutupi kulit mereka. Manusia purba yang hidup di daerah dingin, menutupi tubuhnya dengan kulit binatang misalnya kulit domba yang berbulu tebal sedangkan manusia purba yang hidup di daerah panas melindungi tubuh mereka dengan memanfaatkan kulit pepohonan yang direndam terlebih dahulu dan dipukul-pukul lalu dikeringkan, sedangkan para prajurit pada masanya menggunakan bahan baju dari logam.

Studi di Universitas Florida, Amerika Serikat menghasilkan sebuah riset bahwa manusia mulai berpakaian sekitar 170.000 tahun lalu sedangkan manusia modern mulai berpakaian sekitar 70.000 tahun sebelum bermigrasi ke daerah yang lebih tinggi. Berpengaruhnya perkembangan jaman, maka lambat laun pakaian dapat diciptakan oleh manusia dan menurut para antropolog,

psychologmenyatakan bahwa dewasa ini pakaian mengandung arti sangat kompleks. (<http://www.pusatkonveksi.com/sejarah-pakaian.html>).

Secara universal orang setuju berpakaian adalah alat pelindung tubuh yang paling utama dan demi kesopanan diri, karena itu mengapa demikian pakaian jelas di nyatakan sebagai kebutuhan primer manusia. Ketika mendengar sebuah pernyataan yang muncul kita ingin mengenai pakaian pasti sudah membayangkan ketiga hal yang utama yaitu selera, kualitas, dan kenyamanan untuk memakai pakaian tersebut. tetapi pada dewasa ini selera, kualitas, dan kenyamanan seimbang dengan adanya tuntutan *trend* dan *mode*. Begitu juga dengan lingkungan dapat mempengaruhi kebudayaan manusia terkhususnya pada segi berpakaian dan pakaian juga sudah termasuk gaya hidup semenjak awal yang diperkenalkan di Indonesia pada abad ke-15.

Pemaparan mengenai *trend*, kualitas dan kenyamanan dalam memilih suatu pakaian, pasti dibarengi dengan faktor ekonomi seseorang. Pemaparan logisnya, ketika menginginkan sebuah kualitas terbaik (*original*) maka harus dibayar pula dengan harga yang cukup mahal, dan sebaliknya ketika menginginkan sebuah kualitas yang biasa-biasa saja atau tidak bermerk, maka dibayar pula dengan harga yang sangat murah. Pemaparan logis ini di tentang oleh perdagangan pakaian bekas di seluruh Indonesia terkhususnya perdagangan Monza di pasar tradisional (Pajak) Melati kota Medan.

Istilah monza yang terkenal sampai saat ini berasal dari singkatan Mongonsidi Plaza, karena pada era 1990an daerah Mongonsidilah yang menjadi pusat perbelanjaan pakaian bekas terbesar di kota Medan, bahkan sampai saat ini kalimat Monza sudah menjadi membudaya akan pengertiannya sebagai pakaian bekas dikalangan masyarakat dan bukan lagi sebagai pengertian Mongonsidi Plaza. Namun dalam satu dekade kemudian, penjualan pakaian bekas di Mongonsidi

Plaza mulai surut dan perlahan-lahan mulai bergeser ke Pajak Melati, sehingga banyak masyarakat kota Medan memburu pakaian bekas di Pajak Melati.

Selain kalangan dewasa, baju bekas juga tercatat sebagai membentuk gaya subkultur anak muda yang khusus dan unik. Merefleksikan posisi keuangan anak-anak muda yang terbatas, ia juga menggambarkan gairah akan gaya pakaian-pakaian *retro* yang otentik dan tidak ada kembarannya. Jenis baju yang dijual di toko-toko baju bekas biasanya berjumlah terbatas atau malah hanya tersedia sebanyak satu buah saja sehingga terkesan lebih personal. Efek personalitas ini yang tidak bisa didapat jika kita membeli baju di mall atau supermarket karena baju-baju yang dijual di sana rata-rata dibuat secara massal.

Pengguna (*konsumen*) pakaian bekas mengaku tidak ada masalah dalam memakainya. Pakaian bekas itu rata-rata masih layak pakai, seringkali barang illegal tersebut berasal dari negara Singapura, Korea dan Malaysia. Jenis barang yang dijual produk ini pun bermacam-macam bukan hanya pakaian saja melainkan seperti sepatu, sandal, kaos, jaket, ikat pinggang, celana panjang, sampai selimut-selimut tebal dan bed cover dan bahkan *underware* (pakaian dalam). Barang-barang bekas berkualitas yang didatangkan langsung dari luar negeri membuat seluruh lapisan masyarakat lebih memilih untuk menggunakannya, dan dipasar Melati pula para pembeli seakan terbius oleh keunikan dan keragaman pakaian-pakaian yang terkadang di Indonesia saja model pakaiannya belum ada.

Hingga dewasa ini, baju bekas sudah menjadi andalan pada berbagai kalangan masyarakat. Mereka memilih barang-barang dengan berbagai alasan yang beragam, ada yang menganggap barang import tersebut memiliki kualitas yang lebih bagus dibanding dengan kualitas pembuat pakaian dari negara sendiri, ada juga yang ingin memilikinya karena harga

barang-barang tersebut lebih terjangkau bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah, ataupun karena pakaian-pakaian bekas yang bermutu juga dapat mempengaruhi identitas sosial masyarakat kalangan menengah ke atas.

Bagi seluruh lapisan kalangan masyarakat terutama masyarakat menengah ke atas yang banyak dijumpai, membeli sebuah pakaian bekas cenderung bersifat gengsi ketika teman maupun kerabatnya mengetahui bahwa pakaian yang dibeli dan dipakai dominan dianggap bermutu bagus ternyata berbahan Monza. Sedangkan bagi kalangan menengah kebawah, bagi mereka ini adalah sebuah peluang untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian bekas yang bermutu luar negeri.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka identifikasi masalahnya yaitu:

1. Monza merupakan salah satu istilah pasar pakaian bekas
2. Pasar Melati merupakan salah satu lokasi penjualan pakaian bekas kota Medan.
3. Banyaknya minat masyarakat kota medan dalam membeli pakaian bekas
4. Berbagai alasan-alasan konsumen dalam membeli pakaian bekas
5. Kriteria-kriteria pakaian bekas yang dicari konsumen.
6. Strategi-strategi konsumen untuk membeli pakaian bekas

Hal ini adalah sebuah fenomena yang cocok dikaji maupun dianalisa sebagai suatu permasalahan sosial yang ada pada masyarakat dan membuat penulis tertarik untuk menjadikan fenomena ini menjadi sebuah penelitian dengan judul “ **Image Pembeli Pakaian Bekas di Pasar Melati, Kecamatan Medan Tuntungan, Provinsi Sumatera Utara.**

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah, penentuan ruang lingkup salah satu langkah penting yang harus dilakukan. Bila hal ini tidak dilakukan maka peneliti kemungkinan besar akan tergođa untuk terus menggali data-data yang sebenarnya kurang berkaitan dengan masalah inti. Niscaya ia tidak akan sadar dengan kesukaran-kesukaran yang dihadapinya. menentukan ruang lingkup, kegiatan peneliti tidak akan melebar dan melantur kesana kemari tanpa kontrol, untuk kemudian kehilangan fokus (Bagong,2007:20)

Membatasi permasalahan agar topik menjadi terfokus dan menjaga agar pembahasan tidak melebar, maka penulis menetapkan pembatasan masalah penelitian tersebut adalah kepada konsumen yang membeli pakaian bekas. Penelitian ini hanya dilakukan diPajak Melati kota Medan dikarenakan pasar Melati adalah pusat pasar pakaian bekas terbesar se-kota Medan, sehingga dapat mempermudah mencari data yang akurat untuk diteliti.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai :

1. Apa saja yang menjadi motivasi pembeli dalam mencari pakaian bekas?
2. Kriteria-kriteria apa saja yang dicari konsumen dalam membeli pakaian bekas?
3. Apa strategi konsumen untuk melakukan transaksi tawar-menawar dalam membeli pakaian bekas?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan hal-hal yang terkait dengan latar belakang konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Melati.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang kriteria apa yang dicari konsumen dalam membeli pakaian bekas.
3. Untuk mengetahui dan menambah wawasan tentang bagaimana konsumen melakukan strategi penawaran barang pakaian bekas.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan dan memperluas pengetahuan kepada peneliti dan juga pembaca tentang motivasi pembeli mengonsumsi pakaian bekas.
2. Memberikan pengalaman dan wawasan kepada peneliti tentang pemahaman kriteria konsumen dalam membeli pakaian bekas.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan hasil penelitian dapat menambah referensi penelitian dan bisa dijadikan sebagai sumber informasi bagi peneliti lain yang ingin membuat penelitian berkaitan dengan permasalahan yang diangkat peneliti ini.