

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Perkembangan teknologi di era globalisasi ini sudah semakin luas dan tinggi. Dengan adanya perubahan teknologi tersebut, masyarakat mempunyai hubungan yang sangat luas antar individu satu dengan individu lainnya baik secara langsung maupun secara *online* tanpa mengenal batasan wilayah dan waktu. Oleh karena itu, banyak sekali masyarakat yang memanfaatkan teknologi ini salah satunya dengan cara membuka peluang usaha dalam berbagai bidang yang ada.

Perkembangan teknologi di bidang informasi telah memberikan pengaruh dalam berbagai aspek di kehidupan masyarakat. Salah satu peran teknologi informasi dalam dunia bisnis sangatlah penting bagi perusahaan, oleh karena itu para pelaku bisnis tidak perlu memakan waktu yang cukup lama untuk memperoleh data dan informasi.

Perkembangan bisnis di Indonesia secara umum juga telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Saat ini Indonesia telah memasuki era globalisasi, dimana hal tersebut ditandai dengan semakin banyaknya pelaku bisnis yang bermunculan dan menjual produk yang serupa. Hal ini menyebabkan adanya persaingan secara ketat antar perusahaan, untuk tetap mempertahankan usahanya para pelaku bisnis harus mampu menciptakan inovasi yang baru, memanfaatkan teknologi digital yang ada serta mampu

menyediakan barang yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus memanfaatkan teknologi informasi yang ada untuk mengelola data penjualan secara efektif dan efisien. Pelaku bisnis juga perlu memperhatikan kekuatan dan kelemahan dalam persaingan. Hal ini sangat membantu pelaku bisnis dalam mengenali kondisi bisnisnya sendiri dan memanfaatkan peluang yang ada serta menghindari ancaman dari lingkungan eksternal.

Salah satu perkembangan bisnis yang banyak diminati masyarakat khususnya remaja adalah bisnis dibidang *fashion*. *Fashion* adalah salah satu hal yang sangat penting dan tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya berpakaian kita sehari-hari. *Fashion* juga merupakan barang-barang atau atribut yang dipakai manusia sebagai bentuk untuk mengidentifikasi dirinya secara khusus. *Fashion* juga pada dasarnya mempunyai fungsi untuk menutupi atau melindungi bagian tubuh kita akan tetapi seiring berjalannya waktu fungsi *fashion* ini telah berubah menjadi gaya penampilan yang mencirikan seseorang untuk tampil beda dari individu atau kelompok lainnya.

Tidak banyak masyarakat yang menyangka bahwa, *fashion* di Indonesia dipengaruhi adanya globalisasi sehingga banyak sekali kebudayaan negara lain yang masuk ke Indonesia yang menyebabkan adanya perubahan gaya hidup. Gaya hidup adalah istilah yang sangat populer di masyarakat dengan adanya gaya hidup masyarakat saat ini mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Perubahan tersebut terjadi dikalangan masyarakat sehingga banyak sekali kelompok-kelompok sosial yang muncul dikarenakan adanya

persamaan tujuan dari masing-masing individu. Kelompok tersebut dibentuk oleh remaja anak muda yang awal mulanya hanya beberapa orang saja kemudian berkembang menjadi suatu kelompok atau komunitas karena mereka merasa mempunyai tujuan yang sama. Masyarakat saat ini lebih mementingkan gaya hidup dan penampilan mereka saja tanpa memikirkan kebutuhan pokok kehidupannya.

Perubahan gaya hidup ini menjadi sebuah *trend* yang sangat berpengaruh dalam sudut pandang dan pendapat yang berbeda setiap masyarakat. Perubahan gaya hidup ini berubah menjadi hal yang sangat penting dalam membentuk budaya yang konsumtif. Sebelum menjadi kebudayaan konsumtif, awalnya masyarakat merubah gaya hidupnya sebagai kebutuhan pokok akan tetapi kini berubah menjadi kebutuhan yang sangat berlebihan atau menjadi kebutuhan konsumtif. Setiap individu mempunyai gaya hidupnya masing-masing sehingga memiliki ciri khas yang berbeda. Salah satu faktornya adalah memilih suatu produk yang sesuai dengan selera konsumen dan memiliki kualitas serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen berdasarkan kemampuan finansialnya.

Gaya hidup masyarakat sudah berubah menjadi gaya hidup yang konsumtif. Hal ini dikarenakan banyak keinginan masyarakat untuk mengikuti *trend* jaman sekarang. *Trend* yang terkenal saat ini salah satunya cara berpakaian yang menjadi pusat perhatian sehingga mempunyai ciri khas yang berbeda. Hal tersebut terjadi juga adanya perubahan yang dipengaruhi dari media sosial remaja saat ini. Gaya hidup remaja saat ini sangat berpengaruh

oleh lingkungan sekitar yang menyebabkan adanya paksaan untuk membeli barang yang tidak diperlukan sehingga kemampuan finansialnya tidak mampu untuk membelinya.

Selain itu, perkembangan model pakaian saat ini juga mengalami perubahan yang sangat pesat. Sehingga banyak remaja yang mengikuti *trend* yang sedang populer tersebut menjadi bertambahnya pengeluaran dan meningkatnya perilaku konsumtif. Perilaku yang konsumtif ini sangat merugikan diri sendiri dan merugikan lingkungan sekitar, karena banyaknya limbah pabrik yang menimbulkan polusi. Menurut Ellen McArthur *Foundation* (2018), total gas emisi dari industri tekstil mencapai 1,2 miliar ton per tahun lebih banyak dari industri pelayaran dan penerbangan. Zat tersebut sangat berpengaruh untuk kesehatan pekerja tekstil yang juga memakai pakaian dan juga dapat menyebarluas ke lingkungan.

Menurut Sax (2018) dari tahun 2000 produksi pakaian garmen di dunia mengalami peningkatan dua kali lipat dari sebelumnya. Jenis pakaian yang dibeli konsumen pun mengalami peningkatan 60% dari sebelumnya. Dengan adanya peningkatan tersebut, di beberapa negara sudah mengalami peningkatan sampah-sampah baju bekas yang menumpuk di tempat pembuangan sampah. Produk tekstil di dunia ternyata 50% berasal dari Tiongkok. Negara Tiongkok akhirnya harus dihadapkan adanya polusi dari garmennya. Namun Tiongkok melakukan cara untuk menanggulangnya dengan cara mendaur ulang pakaian-pakaian bekas tersebut menjadi benang. Pemerintahan Tiongkok sudah melarang adanya kegiatan impor bahan baku

industri dari seluruh dunia untuk daur ulang. Hal ini dikarenakan adanya peraturan memproteksi perdagangan yang memberikan dampak polusi di seluruh dunia.

Di jaman sekarang ini, kegiatan daur ulang pun dinilai kurang bagus karena pakaian manusia banyak yang menggunakan bahan dasar sintesis bukan dari benang. Dengan adanya kondisi tersebut, banyak industri yang mengganti bahan bakunya menjadi benang. Menurut Ellen McArthur *Foundation* (2018), memperkirakan total limbah industri pakaian di seluruh dunia sudah mencapai nilai US \$500 miliar per tahun. Hal tersebut terjadi karena untuk melakukan kebijakan kegiatan ramah lingkungan dengan cara mendaur ulang pakaian agar tidak merusak bumi. Maka dari itu, dengan adanya kegiatan jual-beli pakaian bekas yang masih layak pakai tidak perlu untuk mendaur ulang kembali melainkan hanya perlu merawat pakaiannya saja.

Jual-beli pakaian bekas sebelumnya memang sudah ada, namun akhir-akhir ini kegiatan tersebut sangat ramai banyak diminati dikalangan remaja. Istilah kegiatan tersebut sering disebut dengan *thrift shopping*. Kegiatan *thrift shopping* ini banyak kita jumpai diberbagai media sosial *platform* belanja *online* seperti Instagram, shopee, lazada, tokopedia, dan lain-lain. Berbelanja melalui *platform* ini sangat berguna dalam menghemat waktu dan barang yang dibeli juga merupakan barang yang sudah pernah dipakai atau barang bekas (*second-hand*).

Thrifting adalah kegiatan membeli barang bekas yang masih layak pakai untuk dipakai sendiri atau dijual kembali. Awal mula *thrifting* ini

banyak masyarakat yang merasa malu dan gengsi untuk membeli barang bekas, namun seiring berjalannya waktu kegiatan *thrifting* ini menjadi sangat menarik selain bisa menghemat pengeluaran kegiatan ini sangat menguji konsumen untuk memilih pakaian yang masih bagus dan layak pakai. Hal ini sangat mengasah kreatifitas konsumen dalam mencocokkan pakaian tanpa mengeluarkan banyak biaya karena *thrift* ini memiliki harga yang sangat terjangkau. Kegiatan *thrifting* dinilai lebih banyak hal positifnya dibanding negatifnya. Kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan dalam bernegosiasi. Jika konsumen pandai dalam bernegosiasi maka harga yang didapatkan akan semakin murah.

Didalam dunia bisnis *thrift* ini banyak sekali persaingan secara ketat, hal ini terjadi karena banyak industri bisnis *thrift* yang menjual produk serupa. Agar pelaku bisnis dapat mempertahankan bisnisnya, onwer harus mampu menciptakan inovasi baru, memanfaatkan teknologi digital yang ada sebaik mungkin, memperbanyak persediaan barang dengan kualitas yang bagus.

Kebanyakan masyarakat saat ini memakai pakaian dengan merek *brand* ternama di dunia agar terlihat lebih di mata orang lain. Merek *brand* tersebut seperti H&M, Pull and Bear, Zara, dan lain-lain yang banyak diminati remaja yang ingin mengikuti *trend fashion*. *Brand* tersebut biasanya disebut dengan gerai ritel *fashion* yakni mengambil inspirasi dari *trend* yang sedang ramai saat ini yaitu *fashion week*. *Fashion week* diadakan di berbagai macam negara, salah satunya di Indonesia.

Seseorang yang mengerti tentang dunia *fashion* akan membeli barang dengan model terbaru. Hal tersebut menimbulkan jiwa konsumtif untuk terus berbelanja pakaian baru dengan model terbaru secara terus menerus yang menyebabkan dampak negatif bagi lingkungan dan diri sendiri. Maka dari itu munculah kegiatan *thrifting* sebagai bentuk untuk mengurangi masalah-masalah tersebut. Banyak masyarakat yang mengikuti budaya *thrifting* ini agar membantu mengurangi sampah tekstil dan polusi yang ditimbulkan oleh produksi pakaian serta remaja bisa lebih meminimalisir pengeluaran untuk kebutuhan gaya hidup mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis dalam melakukan penelitiannya dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Thrift* Pada Grosir Modis Di Instagram.”**

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang dari judul tersebut, maka penulis menentukan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram?

4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian.

Berdasarkan hasil rumusan masalah yang telah ditentukan, maka penulis menentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* pada grosir modis di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian.

Adapun hasil penelitian dapat memberikan suatu manfaat bagi pihak yang berkepentingan, yakni :

1. Bagi Penulis.

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis karena penulis dapat menambah pengetahuan dan menganalisa masalah yang berhubungan dengan teori-teori yang didapatkan pada saat perkuliahan.

2. Bagi Pembaca.

Penelitian ini sangat bermanfaat juga bagi pembaca, agar pembaca dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca akan pentingnya suatu karya ilmiah di bidang Manajemen Ekonomi dan Bisnis.

3. Bagi Perusahaan.

Penulis berharap bahwa dengan adanya penelitian ini dapat memberitahukan informasi kepada pelaku bisnis akan pentingnya pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah koleksi perpustakaan dan menjadi referensi mahasiswa lain yang ingin mengembangkan penelitian ini.

1.5 Batasan Masalah.

Berdasarkan dari hasil pemaparan latar belakang penulis akan menegaskan permasalahan yang akan dibahas sehingga tidak terjadi pembahasan yang luas. Maka peneliti akan membahas **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Pada Grosir Modis Di Instagram”**.

1.6 Sistematika Penelitian.

Penulis dalam membahas tentang **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Pada Grosir Modis Di Instagram”**. Untuk mempermudah dalam

pembahasannya, penulis akan menguraikan dengan sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN.

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang teori-teori dan definisi tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Thrift* Pada Grosir Modis Di Instagram.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang desain penelitian, tahap-tahap penelitian model konseptual penelitian, operasional variabel, metode pengambilan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis data, dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang profil bisnis, hasil analisis data, serta pembahasan hasil penelitian yang dijelaskan secara singkat dan jelas.

BAB V PENUTUP.

Pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah di teliti yang mungkin dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembacanya.

