

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri *Fashion* di Indonesia terus mengalami perubahan yang signifikan, khususnya dengan munculnya fenomena *thrift shopping* atau belanja pakaian bekas yang kini menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Di Kota Cirebon, dengan jumlah penduduk mencapai 319.312 jiwa (BPS Kota Cirebon, 2023), *trend thrift shopping* telah berkembang pesat dan membentuk ekosistem perdagangan yang unik. Hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah toko *thrift* dari 15 unit pada tahun 2019 menjadi 45 unit pada tahun 2023, menunjukkan pertumbuhan sebesar 200% dalam kurun waktu 4 tahun (Dinas Perdagangan Kota Cirebon, 2023).

Perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk *Fashion* menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya bisnis *thrift* di Kota Cirebon. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) pada tahun 2023, sebanyak 64% konsumen muda dengan rentang usia 18-35 tahun lebih memilih berbelanja produk *Fashion* berkelanjutan, dan 72% dari responden menyatakan bahwa harga yang lebih terjangkau menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Fenomena ini sejalan dengan data demografis Kota Cirebon yang menunjukkan 45% penduduknya berada pada rentang usia produktif 18-35 tahun (BPS Kota Cirebon, 2023).

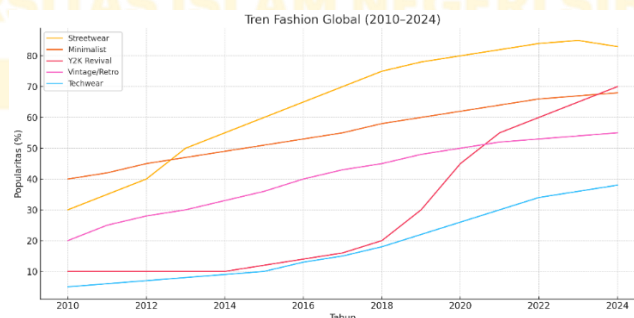
Di masa kini, gaya hidup memiliki peran penting sebagai cerminan dari identitas dan nilai-nilai yang dianut individu. Kemajuan teknologi, maraknya penggunaan media sosial, serta pengaruh globalisasi telah membentuk pola hidup masyarakat yang cenderung konsumtif dan mengikuti perkembangan tren. Gaya hidup kini tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi juga mencakup preferensi dan pilihan dalam berbagai aspek, seperti cara berpakaian, kebiasaan konsumsi, hingga kegiatan hiburan. Pergeseran gaya hidup tersebut memberikan dampak besar terhadap perilaku konsumen, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama untuk produk-produk yang berkaitan dengan penampilan dan identitas diri, seperti pakaian.

Oleh karena itu, gaya hidup menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam analisis perilaku konsumen masa kini.

Trend fashion merupakan bagian dari dinamika industri mode yang terus berkembang seiring waktu. Perubahan *trend* seringkali dipengaruhi oleh budaya populer, media sosial, tokoh publik, hingga kebutuhan ekspresi diri dari masyarakat. Dalam konteks ini, fashion tidak hanya dilihat sebagai kebutuhan berpakaian, tetapi juga sebagai simbol status sosial dan cara untuk menampilkan identitas individu. Perkembangan *trend fashion* yang begitu cepat menyebabkan masyarakat, terutama kalangan muda, cenderung mengikuti arus mode yang sedang populer. Hal ini pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk fashion, termasuk produk alternatif seperti pakaian *thrift* yang menawarkan gaya kekinian dengan harga yang lebih terjangkau. Oleh sebab itu, *trend fashion* menjadi salah satu faktor penting yang turut membentuk perilaku pembelian konsumen modern.

Trend sustainable Fashion dan kesadaran lingkungan turut berkontribusi dalam peningkatan minat masyarakat terhadap produk *thrift*. Menurut laporan McKinsey (2023), terjadi peningkatan kesadaran konsumen Indonesia terhadap *sustainable Fashion* sebesar 45% dibanding tahun sebelumnya. Di Kota Cirebon sendiri, berdasarkan Survei Independen Komunitas *Thrifting* Cirebon (2023), 68% pembeli produk *thrift* menyatakan kepedulian terhadap lingkungan sebagai motivasi utama pembelian. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma konsumen dari sekadar memenuhi kebutuhan *Fashion* menjadi lebih peduli terhadap dampak lingkungan.

Berikut adalah grafik *trend fashion* global dari tahun 2010 hingga 2024 berdasarkan popularitas fiktif:



Gambar 1. 1 Grafik *trend fashion* global tahun 2010-2024

Dapat dilihat dari gambar 1.1 bahwa sejak 2010, streetwear mendominasi dengan lonjakan pesat, sementara gaya minimalist menunjukkan pertumbuhan yang stabil sepanjang dekade. Y2K Revival mulai mengalami peningkatan tajam sejak 2018 dan menjadi sangat populer menjelang 2024. Di sisi lain, *trend vintage/retro* terus meningkat secara bertahap, sedangkan *techwear* tumbuh perlahan namun konsisten.

Kondisi ekonomi masyarakat Kota Cirebon dengan pendapatan per kapita sebesar Rp 52,3 juta/tahun (BPS, 2023) menjadikan produk *thrift* sebagai alternatif yang menarik. Data dari Asosiasi Pedagang Pakaian Bekas Indonesia (APPBI) tahun 2023 menunjukkan bahwa harga produk *thrift* rata-rata 40-60% lebih murah dibanding produk baru. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri mengingat 55% penduduk usia produktif di Kota Cirebon termasuk dalam kelompok menengah yang price-sensitive.

Fenomena *thrifting* di Indonesia saat ini sudah tidak asing bahkan hampir di setiap daerah terdapat *thrift store* yang dapat kita temui, sehingga hal tersebut membuat aktivitas yang dinamis dan cenderung meningkat (Ilham Adhi 2023). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik yang di kutip dari (Putri 2023) diketahui bahwa kegiatan impor pakaian bekas dari luar ke dalam negeri pada tahun 2019-2022 terjadi penurunan dan kenaikan. Pada tahun 2021 ke tahun 2022 terjadi peningkatan signifikan pada proses impor pakaian bekas, yang dimana pada saat itu Jepang mengimpor pakaian bekas ke Indonesia dengan volume tertinggi, 12 ton, dengan peningkatan 227,75% dari 8 ton pada tahun sebelumnya.

Karakteristik demografis pembeli produk *thrift* di Kota Cirebon menunjukkan pola yang menarik, dimana 70% pembeli adalah mahasiswa dan pekerja muda, serta 65% didominasi oleh perempuan (Survei Konsumen *Thrift* Cirebon, 2023). Pola ini didukung oleh keberadaan 5 perguruan tinggi di Kota Cirebon dengan total mahasiswa mencapai 25.000 orang, yang menjadi pasar potensial bagi industri *thrift* (Dinas Pendidikan Kota Cirebon, 2023).

Berikut adalah data penjualan *thrift* di Kota Cirebon dari tahun 2020 hingga 2024:

Tabel 1. 1 Data penjualan *thrift* di Kota Cirebon tahun 2020-2024

Tahun	Persentase Penjualan
2020	40%
2021	60%
2022	80%
2023	50%
2024	30%

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa sejak tahun 2020, penjualan *thrift* di Kota Cirebon mulai menunjukkan peningkatan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk *fashion* bekas pakai yang lebih terjangkau dan berkelanjutan. Tahun 2020 menandai awal popularitas *thrift* dengan tingkat penjualan mencapai sekitar 40%. *Trend* ini terus meningkat pada tahun 2021 dengan pertumbuhan signifikan hingga 60%, dan mencapai puncaknya pada tahun 2022 dengan angka penjualan tertinggi sebesar 80%. Namun, pada tahun 2023, terjadi penurunan cukup tajam menjadi 50% akibat adanya larangan impor pakaian bekas yang berdampak langsung pada pasokan barang. Penurunan ini berlanjut hingga tahun 2024, di mana tingkat penjualan menurun kembali ke angka 30%.

Infrastruktur pendukung seperti berkembangnya pusat perbelanjaan *thrift* di kawasan Pekiringan dan Pasuketan, serta munculnya komunitas *thrifting* dengan anggota mencapai 5.000 orang (Data Komunitas *Thrifting* Cirebon, 2023) semakin memperkuat posisi Kota Cirebon sebagai salah satu pusat *thrift* shopping di Jawa Barat. Posisi strategis Cirebon sebagai kota transit juga memudahkan akses distribusi barang *thrift*, dengan data dari Dinas Perhubungan Kota Cirebon (2023) mencatat perputaran barang *thrift* mencapai 5 ton per bulan.

Meskipun industri *Thrift* di Kota Cirebon menunjukkan pertumbuhan pesat dan mendapat respon positif dari konsumen muda yang peduli terhadap keberlanjutan, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap Keputusan pembelian produk *thrift*. Sementara data menunjukkan peningkatan toko *thrift*, tingginya transaksi

digital, dan dominasi perempuan sebagai konsumen utama, belum banyak studi yang mendalami pola konsumsi, referensi konsumen, serta faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan mereka dalam memilih produk *thrift*. Pemahaman mendalam mengenai aspek-aspek tersebut diperlukan untuk merumuskan strategi pengembangan industri *thrift* yang berkelanjutan dan selaras dengan kebutuhan pasar di Cirebon.

Merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darma Wijaya (2017), Estu mahanani (2018), Yuda bimantara, Dian novita, Jaelani (2020) Menyatakan bahwa Variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian novita sari (2018), Hasri Yolanda (2020), Fajar ariyanto (2020) Menyatakan bahwa variabel *trend fashion* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Kemudian, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fikri zakiullah sya'ban (2024) Agustina, S. (2023). Menyatakan bahwa variabel Gaya hidup dan *Trend Fashion* berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini mengenai “Pengaruh Gaya Hidup Dan *Tren Fashion* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrift* Masyarakat Kota Cirebon” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang pola konsumsi dan preferensi konsumen, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan industri *thrift* di Kota Cirebon yang berkelanjutan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan, diantaranya:

1. Pertumbuhan Industri *Thrift* yang Pesat tetapi Tidak Diimbangi dengan Pemahaman Perilaku Konsumen yang Mendalam
2. Dominasi Konsumen Muda dan Perempuan, tetapi Kurangnya Data Terkait Motivasi Pembelian
3. Perubahan Gaya Hidup Konsumen Berpengaruh terhadap Pola Pembelian, tetapi Belum Diketahui Sejauh Mana Pengaruhnya

4. Pengaruh *Tren Fashion* terhadap Pembelian Produk *Thrift* Masih Belum Terukur Secara Spesifik di Konteks Lokal
5. Pengaruh *Tren Fashion* terhadap Pembelian Produk *Thrift* Masih Belum Terukur Secara Spesifik di Konteks Lokal
6. Minimnya Penelitian Spesifik di Kota Cirebon terkait Pengaruh Gaya Hidup dan *Tren Fashion* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrift*

C. Pembatasan masalah

Penelitian ini akan mengkaji pengaruh gaya hidup konsumen, termasuk kesadaran lingkungan, nilai-nilai sosial, dan preferensi individu, terhadap keputusan pembelian produk *thrift*. Selain itu, penelitian ini juga akan meneliti bagaimana *trend Fashion* terkini mempengaruhi ketertarikan dan perilaku konsumen dalam memilih produk *thrift* dibandingkan dengan produk baru. Dengan demikian, fokus penelitian ini adalah pada konsumen Masyarakat Kota Cirebon, dengan mempertimbangkan faktor demografis mereka, serta mengevaluasi interaksi antara gaya hidup dan *trend Fashion*. Penelitian ini tidak akan membahas aspek lain seperti kualitas produk atau faktor eksternal yang mungkin berpengaruh.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian produk *Thrift* Masyarakat kota Cirebon
2. Bagaimana pengaruh *Trend Fashion* terhadap keputusan pembelian produk *Thrift* Masyarakat kota Cirebon
3. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Thrift* Masyarakat kota Cirebon

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *Thrift* Masyarakat kota Cirebon
2. Untuk mengetahui pengaruh *Trend Fashion* terhadap keputusan pembelian produk *Thrift* Masyarakat kota Cirebon
3. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan *Trend Fashion* secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Thrift* Masyarakat kota Cirebon

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian diatas maka penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, dengan fokus pada fenomena *thrift Fashion*.
- b. Menambah referensi penelitian bagi akademisi, mahasiswa, dan peneliti lain yang tertarik meneliti aspek gaya hidup, tren *Fashion*, dan keputusan pembelian, terutama dalam konteks produk *thrift*.
- c. Memperkaya wawasan dalam memahami keterkaitan antara gaya hidup modern dan *trend Fashion* terhadap preferensi konsumsi produk *secondhand*, khususnya di pasar lokal seperti Kota Cirebon.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Thrift di Kota Cirebon

Memberikan wawasan mengenai faktor gaya hidup dan tren *Fashion* yang memengaruhi keputusan pembelian, sehingga pelaku usaha thrift dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik konsumen lokal.

b. Bagi Pemangku Kepentingan Industri *Fashion*

Memberikan data yang relevan bagi pelaku industri *Fashion* yang tertarik untuk memahami tren dan kebutuhan pasar *Fashion* lokal yang semakin berkembang. Hal ini dapat membantu dalam penentuan kebijakan pemasaran dan produk yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

c. Bagi Pemerintah Daerah dan Organisasi Lingkungan

Memberikan informasi mengenai dampak positif dari meningkatnya pembelian produk thrift terhadap lingkungan. Data ini dapat digunakan untuk mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya berbelanja secara berkelanjutan dan mendukung industri yang lebih ramah lingkungan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi yang bertujuan untuk mempermudah mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi secara menyeluruh. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang meliputi latar belakang, identifikasi masalah, Pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan atau manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan landasan teori yang memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan gaya hidup, *trend fashion*, Keputusan pembelian. Dalam bab ini pun memuat rangkuman dari penelitian terdahulu, kerangka konseptual, serta pengajuan hipotesis terhadap penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat gambaran proses penelitian yang disesuaikan dengan teori dan konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang dimaksud meliputi: Obyek penelitian, definisi operasional variabel, data penelitian, model penelitian, dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang hasil penelitian, yang merupakan pembahasan dari gambaran umum hasil penelitian tentang pengaruh gaya hidup dan *trend fashion* terhadap Keputusan pembelian

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran hasil dari pembahasan penelitian yang dilakukan.