



POLA BELANJA PAKAIAN BEKAS DI LINGKUNGAN AKADEMIS MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Lolita Hutapea, Daniel Harapan Parlindungan Simanjuntak

Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan

Abstrak

Penelitian ini mengkaji motif di balik popularitas thrift shopping di kalangan mahasiswa dan dampaknya terhadap kebiasaan berbelanja. Faktor ekonomi telah menjadi pendorong utama praktik thrift shopping, baik di pasar tradisional maupun di lapangan. Fokus utama studi ini adalah pada pengaruh media sosial dalam membentuk kebiasaan berbelanja mahasiswa, terutama dalam konteks fashion yang menjadi tuntutan, mendorong mahasiswa untuk memilih thrift shopping. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan memanfaatkan teori Daniel Miller untuk memahami makna di balik kegiatan thrift shopping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memakai barang berkualitas dan bermerk menjadi simbol dalam mengikuti perkembangan zaman. Motif utama mahasiswa dalam thrift shopping didominasi oleh pengaruh lingkungan pertemanan dan media sosial.

Kata Kunci: perilaku berbelanja, thrift shopping, motif.

PENDAHULUAN

Penelitian mengangkat fenomena thrift shopping sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan, khususnya di Fakultas Ilmu Sosial. Dalam konteks ini, thrift shopping merujuk pada kegiatan belanja hemat yang melibatkan pembelian barang bekas. Mahasiswa yang terlibat dalam thrift shopping

melakukan transaksi baik secara langsung maupun melalui platform online seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba memahami pengaruh konsep thrift terhadap perilaku belanja mahasiswa, dengan fokus pada aspek-aspek yang memengaruhi kebiasaan belanja dalam lingkungan kampus.

Penelitian ini memperhatikan bahwa thrift shopping tidak hanya

*Correspondence Address : Lolitahutapea17@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v11i4.2024. 1412-1417

© 2024UM-Tapsel Press

sekadar kegiatan ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari tuntutan budaya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa menggunakan media sosial untuk menjual dan membeli pakaian bekas, sepatu, tas, dan barang lainnya yang masih layak pakai. Motivasi mereka melibatkan keinginan untuk memiliki barang berkualitas, bermerek, dan tetap sesuai tren, tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi. Faktor lingkungan sekitar, terutama media sosial dan panutan yang diikuti, memainkan peran penting dalam membentuk perilaku belanja mahasiswa.

Dalam konteks Indonesia, istilah "thrifting" mengacu pada kegiatan berburu pakaian bekas. Meskipun pada awalnya dianggap tabu, terutama karena kaitannya dengan isu lingkungan dan dampak buruk fast fashion, thrift shopping kini menjadi tren yang diikuti dan diunggah dengan bangga di media sosial atau platform jual beli online.

Artikel ini juga mencoba merinci rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Tujuan penelitian mencakup eksplorasi motif mahasiswa dalam melakukan thrift shopping, analisis faktor yang melatarbelakangi partisipasi mahasiswa dalam kegiatan ini, dan pemahaman terhadap perilaku belanja thrift shopping di lingkungan kampus.

Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman praktik konsumsi berkelanjutan, terutama dalam konteks thrift shopping. Selain itu, artikel ini memberikan wawasan praktis dan teoritis bagi pembaca, institusi pendidikan, dan penjual thrift shop dalam mendukung serta memperluas adopsi thrift shopping di kalangan mahasiswa.

Dalam kajian pustaka, artikel ini merinci beberapa penelitian relevan yang telah dilakukan sebelumnya, seperti penelitian terhadap fenomena

thrift shopping oleh Hulme (2019) dan penelitian tentang pengaruh fashion lifestyle dan self-image terhadap impulse buying pakaian thrift shopping oleh Muh. Afifurrahman dan Marheni Eka Saputri. Artikel juga membahas teori berbelanja dan kerangka konseptual yang mencakup thrift shopping, thrifting shop, fashion lifestyle, belanja online, dan motif perilaku belanja. Thrift shopping dipahami sebagai kegiatan berbelanja barang bekas dengan harga terjangkau, melibatkan proses mencari, memilih, dan membeli. Sementara itu, thrifting shop menjadi tempat untuk mendapatkan barang bekas dengan kualitas baik yang bisa dijual kembali. Dalam artikel ini, fashion lifestyle dijelaskan sebagai sikap, minat, dan opini konsumen terhadap produk fashion, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk gaya hidup, tren mode, kualitas, harga, merek, pengaruh media, pengalaman sebelumnya, serta pengaruh sosial dari teman dan keluarga. Selanjutnya, belanja online dipandang sebagai bagian dari lifestyle modern yang memudahkan dan mempraktikkan kegiatan berbelanja, terutama bagi mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi.

Motif perilaku belanja dijelaskan sebagai dorongan internal konsumen yang memotivasi mereka untuk melakukan suatu perilaku belanja sebagai bentuk respon terhadap kebutuhan atau keinginan tertentu. Artikel juga membahas penelitian terdahulu yang relevan, seperti penelitian oleh A. Iratantika (2019) tentang perilaku konsumen online shop di kalangan mahasiswa

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat naturalistic, dimana penelitian dilakukan dengan keadaan lingkungan yang aliah

(Creswell, 2017). Penelitian kualitatif menggali perspektif partisipan melalui strategi interaktif dan fleksibel. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah memahami, menggambarkan, mengembangkan, dan menemukan fenomena sosial. Penelitian kualitatif menggali perspektif partisipan melalui strategi interaktif dan fleksibel. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah memahami, menggambarkan, mengembangkan, dan menemukan fenomena sosial. Untuk mendapatkan data agar dianalisis menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut Beger (Kryantono, 2020) wawancara adalah percakapan antara informan dan peneliti untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya. Wawancara yang dilakukan secara tidak terstruktur, Creswell (2017:225) juga menjelaskan wawancara tidak terstruktur maka penelitian akan mendapatkan informasi lebih dalam informannya, dan peneliti tidak tahu pasti informasi dari informan dengan begitu penelitian akan banyak mendengarkan. Dalam menentukan. Dalam menentukan informan penelitian menggunakan kriteria-kriteria untuk memenuhi data yang akan di butuhkan. Untuk mendukung hasil penelitian data didukung dari artikel jurnal, buku, dan data-data yang ada di internet.

Analisis merupakan tahap dalam penelitian di mana data yang diperoleh disusun dan diolah ke dalam kerangka kerja yang sederhana. Penelitian yang dilakukan mengunka analisis data menurut Miles dan Huberman yang dilakukan secara sistematis dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Motif mahasiswa melakukan thrift shopping

Thrift shopping sering dikenal dengan barang bekas yang layak pakai dan jual untuk khalayak ramai. Thrift sendiri sudah menjadi budaya populer yang dikenal masyarakat dari setiap kalangan baik remaja, dewasa dan orang tua. Thrift dikenal juga dengan barang import yang menyediakan barang terkenal dengan brand yang cukup terkenal di kalangan mahasiswa dan sesuai dengan tingkat kemampuan mereka. Thrift shopping menjadi budaya populer tidak terlepas dari kemajuan teknologi sehingga semakin banyak diminati oleh semua kalangan tanpa memiliki batas usia jadi sampai sekarang sangat diminati. Peneliti melihat bahwasannya motif thrift shopping dalam artian ini mencari makna dan kepuasan apa yang dicari mahasiswa pada saat melakukan berbelanja thrift shopping. seperti yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2000) motif adalah sebagai kebutuhan yang dapat menekan seseorang untuk mencari kepuasan. Hankins (2017) motif adalah dorongan yang menggerakkan konsumen untuk melakukan suatu perilaku sebagai bentuk respon terhadap sesuatu.

Motif mahasiswa melakukan thrift shopping juga dapat dilihat dari kebutuhan emosional. Kepuasan Emosional pada saat melakukan berbelanja juga bisa menjadi cara bagi seseorang untuk memuaskan kebutuhan emosional atau psikologis. Dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwasanya pemenuhan gaya berpakaian supaya gak ketinggalan zaman merupakan salah satu motif mahasiswa melakukan thrift shopping dikarenakan salah satu faktor yang dilihat yaitu keadaan yang kurang mendukung membuat memilih melakukan belanja thrift shopping agar seseorang dapat terlihat fashionable. Berbelanja thrift shopping atau lebih sering di dengar bermonza ini juga memperlihatkan bagaimana seseorang

dapat memilih barang yang cocok antara potongan baju atas dan potongan bagian bawah baik rok maupun celana yang akan digunakan dalam memenuhi kebutuhan fisik dan gaya hidup mahasiswa. Gaya Hidup sebagai Motif berbelanja juga bisa didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren, gaya hidup tertentu, atau mengekspresikan diri melalui barang-barang tertentu yang mencerminkan kepribadian atau identitas mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwasan kepuasan berbelanja menjadi sebuah pilihan melakukan thrift shopping sehingga seseorang dapat mendapatkan kepuasan dan kebahagiaan. Seperti yang dikaji dalam teori Miller perilaku berbelanja tidak hanya tentang memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga tentang mencari makna dan identitas sosial melalui benda-benda yang dibeli. Jadi dalam hal ini dilihatkan kepuasan berbelanja menjadi pilihan dalam melakukannya bukan sekedar kebutuhan dasar saja tetapi akibat dari kebutuhan emosional menjadi pilihan juga.

B. Faktor yang melatarbelakangi mahasiswa melakukan thrift shopping

Thrift shopping menjadi sebuah pilihan mahasiswa melakukannya ada pertimbangan yang mereka lihat untuk melakukan hal tersebut sehingga mereka memilih melakukan thrift shopping. Tingginya minat mahasiswa terhadap thrift shopping tidak hanya dipicu oleh pertimbangan ekonomi semata, tetapi juga melibatkan aspek-aspek kreatif, lingkungan, dan sosial. Terlepas dari keterbatasan anggaran, banyak mahasiswa yang memilih menjelajahi toko barang bekas untuk menemukan pakaian dan aksesoris yang tidak hanya unik tetapi juga mencerminkan gaya retro atau vintage. Pilihan ini tidak hanya

mengakomodasi selera fashion individu, tetapi juga menciptakan ruang bagi ekspresi kreativitas dan penemuan barang yang sulit ditemukan di toko-toko konvensional.

Faktor internal merupakan faktor yang timbul dan dipengaruhi diri sendiri seseorang yang dipicu dari beberapa faktor yaitu pekerjaan, gaya hidup dan motivasi (Ardiansyah & Nilowardono, 2019). Semakin luas tingkat ruang lingkup yang dimiliki seseorang akan meningkatkan semakin tinggi juga mereka dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Seorang mahasiswa pasti menginginkan memiliki penampilan yang menarik, modis dan rapi menjadi keinginan setiap orang dikarekan penampilan merupakan salah satu faktor utama dalam menyelesaikan atau melakukan perkuliahan. Mengandalkan uang saku yang dimiliki untuk dengan tunjangan perkuliahan pastinya terbatas melakukan alternatif lain dalam memenuhi hasrat konsumsi mereka dan kebiasaan berbelanja mereka. Maka dari itu kebanyakan mahasiswa melakukan thrift menjadi langkah untuk memenuhi kebutuhan mereka di bagian sandangnya di banding dengan berbelanja baru yang memiliki nilai yang lebih tinggi.

Faktor internal menjadi pendorong mahasiswa melakukan thrift shopping yakni faktor sosial. Faktor sosial yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk melakukan thrift shopping melibatkan pengaruh dari lingkungan sekitar, termasuk interaksi dengan teman sebaya, budaya populer, dan norma-norma sosial.

Dari hasil wawancara yang didapat itu dapat terlihat bahwasannya faktor seseorang melakukan perilaku berbelanja ini diawali dari keluarga yaitu orang tua sehingga dia tidak akan ragu untuk melakukan thrift shopping tanpa didampingi orang tua. Keluarga yang sering melakukan belanja yang sering

dikenal dengan bermonza akan mempengaruhi mahasiswa berbelanja thirtf shopping ini sebagai bentuk berhemat sehingga melakukan thrift ini merupakan salah satu langkah yang tepat. Dari hal ini dapat di simpulkan juga bahwasannya pola perilaku berbelanja merupakan salah satu yang dapat digenerasikan secara terus menerus.

Faktor harga dan kebutuhan yang sesuai dengan mahasiswa tersebut menjadi pertimbangan utama dalam memilih barang. Diskon ongkir juga menjadi daya tarik tersendiri, membantu mengurangi biaya total pembelian. Selain itu, penggunaan TikTok sebagai sumber inspirasi belanja menjadi cerminan dari pengaruh positif media sosial terhadap keputusan konsumen. Mahasiswa tersebut awalnya hanya menonton, namun tergoda untuk membeli ketika menemukan barang yang sesuai dengan preferensi dan harga yang wajar. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform perdagangan, tetapi juga sebagai sumber inspirasi dan dorongan untuk berbelanja.

Selain media sosial faktor yang sering di dengar dan umum bagi mahasiswa untuk melakukan thrif shopping yaitu faktor ekonomi. Uang saku yang diberikan oleh orang tua untuk menunjang perkuliahan yang tidak banyak harus membuat pilihan bagi mahasiswa membeli baru atau membeli barang yang memiliki nilai kegunaan yang sama tetapi dengan harga yang terjangkau. Hampir semua mahasiswa memilih melakukan thrif di karenkan uang saku yang kurang dan juga mampu menghemat dengan cara membeli thirtf shopping. Mahasiswa seringkali memiliki anggaran terbatas, dan thrift shopping dapat menjadi cara yang lebih hemat biaya untuk memperoleh pakaian dan barang-barang lainnya.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa thrift shopping di kalangan mahasiswa mencerminkan respons yang kompleks

terhadap berbagai faktor ekonomi, sosial. Keputusan untuk memilih barang bekas bukan hanya tindakan ekonomis, melainkan juga bagian dari identitas dan interaksi sosial di dalam lingkungan mereka. Dengan begitu, thrift shopping tidak hanya menjadi cara hemat biaya, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi budaya dan pernyataan terhadap konsumsi berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa motif dan faktor latar belakang mahasiswa dalam melakukan thrift shopping dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara kebutuhan ekonomi, kepuasan emosional, dan gaya hidup. Thrift shopping bukan hanya strategi ekonomis untuk mengatasi anggaran terbatas, tetapi juga menjadi wujud identitas sosial dan ekspresi diri mahasiswa. Kepuasan emosional, gaya hidup modis, dan pengaruh lingkungan sosial termasuk faktor media sosial memainkan peran utama dalam keputusan berbelanja mahasiswa.

Dengan demikian, thrift shopping tidak hanya sekadar memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga mencari makna dan identitas sosial melalui barang-barang yang dibeli. Pola perilaku berbelanja dapat terus menerus digenerasikan dari pengaruh lingkungan, khususnya keluarga. Temuan ini tidak hanya menggambarkan thrift shopping sebagai fenomena ekonomis semata, tetapi juga sebagai kontribusi pada budaya konsumsi berkelanjutan di kalangan mahasiswa. Implikasi dari temuan ini dapat menjadi dasar untuk memahami lebih lanjut perilaku konsumsi mahasiswa dan potensi pengembangan kebijakan yang mendukung pola konsumsi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Iratantika, A. I. (2019). Perilaku Konsumen Online Shop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unm (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Abdurrasyid, M. F. (2020). Perilaku sosial second branded sebagai gaya hidup remaja tulungagung (Studi pada Remaja di Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Alifurrahman, M., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Fashion Lifestyle Dan Self Image Terhadap Impulse Buying Pakaian Thrifthing Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Barnard, M. 2011. Fashion Sebagai Komunikasi (I. S. Ibrahim, Terj). Yogyakarta: Jalasutra
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, 9(2), 193-213.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, terj. Achmad Fawaid dan Rinayati K. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hilmansyah, R., Nursanti, S., & Utami Dewi, W. (2022). Fenomena Thrifthing sebagai gaya hidup milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1-16.
- Haryatmoko, H. (2016). *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikir Kritis Post-Strukturalisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hulme, A. (2019). The hedonic delights of frugality: Pound store shopping in austere times. *Journal of Consumer Culture*, 19(4), 551-566
- Ismail Suardi Wekke, d. (2019). *Metode penelitian sosial*. Yogyakarta: Gawe
- Lestari, F. A., & Asmarani, R. (2021). Thrifthing Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 317, p. 01006). EDP Sciences.
- Mustomi, D., Puspasari, A., Azizah, A., & Wijayanti, D. (2020). Analisis Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 48-57.
- Rizka, F. F. N. (2022). Fasion Thriting sebagai budaya populer dikalangan mahasiswa (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Savira, V. S. N., & Yulianti, I. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas, produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada thrift shop SHOP. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 1(1).
- Sazali, H., & Rozi, F. (2020). Belanja Online Dan Jebakan Budaya Hidup Digital Pada Masyarakat Millenial. *Jurnal Simbolika Research And Learning In Communication Study*, 6(2), 85-95.
- Pratiwi, H. D. (2013). *Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa UNNES* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Sudrajat, A., & Ant, S. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma*, 4