

PERILAKU *MAIN SELLER* DALAM PENETAPAN HARGA BARANG THRIFTING *FASHION* DI SURABAYA

Qory Azis Alamsyah Ramadhan

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: gory.19039@mhs.unesa.ac.id

Prayudi Setiawan Prabowo

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: prayudiprabowo@unesa.ac.id

Abstrak

Fenomena jual beli barang bekas atau Thrifting sudah banyak dilakukan oleh masyarakat Surabaya. Kegiatan ini sudah banyak dilakukan baik di pinggir jalan atau istilahnya nge-lapak, maupun melalui offline store, dan juga online shop. Dengan maraknya penjual pakaian bekas ini, Surabaya menjadi salah satu Kota pusat berburunya para Thrifter. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh perilaku Main Seller dalam penetapan harga barang Thrifting di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan faktor kualitas barang Thrifting menjadi faktor mendasar Main Seller dalam menetapkan harga suatu barang.

Kata Kunci : *Perilaku Main Seller, Penetapan Harga, Barang Thrifting*

Abstract

The phenomenon of buying and selling used goods or Thrifting has been widely practiced by the people of Surabaya. This activity has been carried out a lot both on the side of the road or in terms of stalls, as well as through offline stores, as well as online shops. With the rise of these used clothing sellers, Surabaya has become one of the cities selling centers for Thrifters. This study aims to examine and analyze the influence of the Main Seller's behavior in setting the price of low-cost goods in the city of Surabaya. This study uses a qualitative research method with a phenomenological approach. The results of this study indicate that the quality factor of Thrifting goods is a fundamental factor for the Main Seller in setting the price of an item.

Keywords: *Main Seller Behavior, Pricing, Thrifting Goods*

PENDAHULUAN

Fashion adalah model berpakaiannya seseorang atau suatu kelompok sebagai identitas diri yang dipilih tanpa melepaskan konsep kenyamanan bagi penggunanya. Pengertian dari makna *Fashion* secara harfiah adalah salah satu bentuk gaya hidup yang dapat dicoba, dipertahankan, ataupun ditinggalkan (Caraen et al., 2020). *Fashion* telah berkembang mengikuti zaman sangat banyak sekali aliran atau style yang dapat dikembangkan oleh penikmatnya. Selain itu fashion juga sudah menjadi budaya yang sangat cepat menjamur di masyarakat, salah satu budaya yang tidak bisa terlepas dari fashion adalah *Thrifting* yang mana budaya ini sudah banyak dilakukan oleh penikmatnya demi mendapatkan nilai value berpakaian atau *berfashion*. Kata *Thrifting* itu sendiri berasal dari bahasa Inggris yang mempunyai arti sifat hemat atau penghematan, lalu terdapat istilah *Thrifter* yang berarti penjual atau produsen *Thrifting*. Kegiatan *Thrifting* bagi Sebagian besar masyarakat Indonesia mengartikan sebagai kegiatan membeli atau menjual barang bekas (impor). Kegiatan membeli atau menjual barang bekas sudah ada sejak lama, akan tetapi baru-baru saja kaum milenial menggandrungi kegiatan ini yang biasa disebut dengan istilah *Thrift Shopping* atau belanja barang bekas (Ghilmansyah et al., 2022).

Kegiatan menuai banyak pro dan kontra. Kegiatan tersebut banyak digandrungi oleh anak-anak milenial tetap terdapat larangan dari pemerintah utamanya terdapat sisi negative dari kesehatan. Pakain bekas (impor) merupakan barang yang ilegal di Negara Indonesia. Maksud dari barang yang ilegal adalah tidak sesuai dengan aturan yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor Pasal 2 ayat 3 huruf (d) yang berbunyi, “Barang Dilarang Impor berupa kantong bekas, karung bekas, dan pakaian bekas” (PERMENDAG, 2021). Pakaian bekas (impor) ini bisa dikategorikan sebagai barang yang berbahaya dikarenakan tanpa adanya pengecekan terlebih dahulu serta diedarkan secara bebas. Selain itu pakaian bekas (impor) tidak semuanya memiliki kondisi yang bagus (Dewi et al., 2020).

Kegiatan jual beli pakaian bekas (impor) di awal tahun 2020 sampai sekarang sudah semakin berkembang meskipun terdapat pro dan kontra didalamnya. Oleh karena itu banyak penjual yang semakin berlomba-lomba meningkatkan kualitas penjualannya demi mewujudkan kepuasan konsumen atau pelanggan yang menikmati barang *Thrifting*. Penjual atau Produsen ialah seorang yang memiliki peranan penting dalam suatu perusahaan guna untuk menaikkan suatu nilai barang atau jasa demi dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga barang dapat dikonsumsi (Aini, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara *Main Seller* untuk menetapkan suatu harga barang *Thrifting* di Kota Surabaya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan fenomenologi yang berfungsi untuk memahami makna dari peristiwa serta kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada didalam fenomena tersebut. (J.A. Smith, 2009) menuliskan bahwa menurut Heidegger pandangan lain dalam konsep fenomenologi adalah mengenai person (orang) yang selalu tidak dapat dihapuskan dari dalam konteks dunianya (person-in-context) dan intersubyektifitas.

Observasi Menurut Matthews dan Ross (2010) observasi merupakan metode pengumpulan data melalui indra manusia (Hardiansyah, 2013). Dalam observasi peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau

digunakan sebagai sumber data penelitian (sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini dilakukan observasi kepada *Main Seller Thrifting* yang ada di Kota Surabaya.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mewawancarai narasumber (1) pedagang ball segel dengan nama samaran MSD pada tanggal 16 Mei 2023 pukul 19:23 WIB yang bertempat dikediaman MSD selaku pedagang ball segel, (2) selanjutnya masih dengan narasumber pedagang ball segel dengan nama samaran NR pada tanggal 17 Mei 2023 pukul 21:08 WIB yang bertempat dikediaman NR selaku pedagang ball segel.

(3) selanjutnya yaitu dengan nama samaran AN selaku pedagang yang mempunyai *offline store* yang bertempat didaerah Wiyung, Kota Surabaya wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 6 Maret 2023 pukul 19:48 WIB yang pelaksanaannya di *offline store* milik AN, (4) berikutnya TM selaku pedagang yang mempunyai *offline store* yang bertempat didaerah Ketintang, Kota Surabaya wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 9 Maret 2023 pukul 15:51 WIB yang pelaksanaannya di *offline store* milik TM, (5) berikutnya AS selaku pedagang yang mempunyai *offline store* yang bertempat didaerah Jl. Penumpang II No.31A, Kota Surabaya wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2023 pukul 13:11 WIB yang pelaksanaannya di *offline store* milik AS.

(6) selanjutnya yaitu atas nama OF (nama disamarkan) selaku pedagang *online shop* wawancara ini dilakukan secara langsung dikediaman OF didaerah Ketintang Barat, Kota Surabaya pada tanggal 12 Mei 2023 pukul 16:26 WIB, (8) selanjutnya yaitu atas nama PR dan JS (nama disamarkan) selaku pedagang *online shop* wawancara ini dilakukan secara langsung disatu tempat yaitu disalah satu warung kopi di Kota Surabaya pada tanggal 20 Mei 2023 pukul 17:01 WIB dan pukul 17:12 WIB, (9) selanjutnya yaitu atas nama FRD (nama disamarkan) selaku pedagang *online shop* wawancara ini dilakukan secara langsung dikediaman FRD didaerah Dukuh Kupang, Kota Surabaya pada tanggal 23 Mei 2023, pukul 15.45 WIB.

Wawancara yaitu catatan pertanyaan dalam bentuk daftar pertanyaan dan tidak dibarengi dengan sejumlah pilihan jawaban tentang perilaku *Main Seller* dalam penetapan harga barang *Thrifting* di Kota Surabaya. Teknik wawancara yang dilakukan penulis adalah teknik wawancara semiterstruktur dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibanding wawancara terstruktur.

Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi guna mendapatkan catatan keterangan atau kondisi objektif lokasi penelitian dan sampel yang diteliti dengan cara merekam narasumber agar mendapatkan data secara langsung dari referensi yang membahas tentang objek penelitian.

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber yaitu penggunaan cara dalam menguji kredibilitas data dengan cara pengecekan melalui sumber-sumber yang ada (Sugiyono, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Surabaya merupakan salah satu Kota terbesar yang ada di Indonesia sekaligus menjadi Ibu Kota Provinsi Jawa Timur. Kota Surabaya juga merupakan Kota yang

memiliki pasar yang sangat banyak dan sebagiannya menjadi pusat grosir perbelanjaan mulai dari Elektronik, *Fashion*, Logistik, dan masih banyak lagi. Penulis memperoleh data dari hasil wawancara dengan narasumber yang telah dijadikan sebagai informan, observasi penelitian, dan dokumentasi sebagai penyajian data penelitian ini.

Perilaku *Main Seller* dalam Penetapan Harga Barang *Thrifting* di Surabaya dilihat dari Kualitas Barang.

Secara garis besar Kualitas Barang ini sangatlah menjadi faktor penentu dalam menetapkan suatu harga barang, dikarenakan barang bekas atau *Thrifting* tidak semuanya memiliki kualitas yang bagus atau sempurna, bahkan sangat jarang dapat menemukan kondisi barang yang sangat bagus dan mulus, pasti terdapat barang yang minus dan *defect*, seperti yang diungkapkan oleh narasumber yang diwawancarai.

Berdasarkan teori kualitas barang yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009) menyebutkan “*Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan*”. Sehingga yang harus dilakukan oleh seorang Produsen *Thrifting* yaitu melakukan pengecekan terlebih dahulu untuk memastikan bahwasannya terdapat *defect* atau tidak terdapat *defect* sama sekali atau mulus, dari situlah Produsen *Thrifting* dapat menetapkan harga suatu barang.

Perilaku *Main Seller* dalam Penetapan Harga Barang *Thrifting* di Surabaya dilihat dari Tahun Produksi Barang.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, dari narasumber terkait faktor tahun produksi barang merupakan faktor yang berpengaruh terhadap penetapan harga suatu barang namun hanya beberapa *Main Seller Thrifting* saja yang berpendapat terkait faktor tahun produksi ini terutama Produsen-produsen yang fokusnya hanya menjual barang-barang tahun 90an kebawah atau biasa disebut barang-barang atau pakaian *Vintage*.

Faktor tahun produksi barang ini masuk ke dalam teori ekonomi yaitu teori permintaan dan penawaran, seperti yang diungkapkan oleh Oka. A, Yoeti (2008) terkait teori permintaan mengatakan “*definisi permintaan ialah sejumlah produk barang atau jasa yang merupakan barang-barang ekonomi yang akan dibeli oleh konsumen dengan harga tertentu dalam suatu waktu atau periode tertentu dan dalam jumlah tertentu, demand seperti ini lebih tepat disebut sebagai permintaan pasar (market demand), dimana ketersediaan barang tertentu dan dengan harga tertentu pula*”. Selanjutnya yakni teori penawaran yang dikemukakan oleh Gregory Mankiw (2000) mengatakan bahwa “*pada penawaran, kuantitas yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang*”. Selanjutnya Menurut T. Gilarso (2003) *penawaran adalah jumlah dari suatu barang yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu*”.

Dengan adanya faktor tahun produksi barang *Main Seller Thrifting* dalam menetapkan harga suatu barang harus benar-benar melihat tahun produksi barang tersebut karena kebanyakan barang-barang atau pakaian *Vintage* tidak asal dalam menetapkan harga suatu barang.

Perilaku *Main Seller* dalam Penetapan Harga Barang *Thrifting* di Surabaya dilihat dari Lokasi Produksi Barang.

Tahun Produksi Barang merupakan faktor penentu dalam Penetapan Harga suatu barang seorang *Main Seller Thrifting* terlebih faktor ini sangat diutamakan bagi seorang *Main Seller Luxury Brand* dan *Main Seller* ball segel karena *Main Seller Luxury Brand* benar-benar memilih barang yang terdapat tulisan Made in Italy, Made in U.K., dan masih banyak lagi barang *Luxury* lainnya. Selanjutnya *Main Seller* ball segel mendapatkan barang langsung dari Negara-negara penghasil ball segel, contoh seperti Korea, Jepang, dan Amerika seperti yang telah diungkapkan oleh narasumber selaku *Main Seller Luxury brand* dan *Main Seller* ball segel.

Menurut penjelasan sebelumnya, terdapat teori pendukung bahwasanya faktor lokasi produksi barang ini dapat mempengaruhi Perilaku *Main Seller* dalam Penetapan Harga Barang *Thrifting* seperti teori yang dikemukakan oleh Buchari Alma (2003) mengatakan bahwa “*lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya*”. Sedangkan menurut Ujang Surmawan (2004) “*lokasi merupakan tempat usaha yang mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja*”.

Perilaku *Main Seller* dalam Penetapan Harga Barang *Thrifting* di Surabaya dilihat dari Merek Barang.

Secara menyeluruh *Main Seller Thrifting* dalam Penetapan Harga Barang melihat dari merek barang, karena merek barang merupakan faktor yang sangat mendasar dan sangat penting untuk *Main Seller Thrifting* dalam Penetapan Harga barang seperti yang telah diungkapkan oleh narasumber.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Main Seller Thrifting* hampir semua mengatakan bahwasanya faktor merek barang ini sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap Penetapan Harga Barang *Thrifting*. Hal ini didukung dengan teori citra merek yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa “*Citra merek merupakan salah satu hal yang diingat dalam benak konsumen pada saat membeli suatu produk tertentu*”. Sedangkan Menurut Tjiptono (2015) “*Citra merek merupakan keyakinan dan persepsi yang dipegang oleh konsumen, seperti yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan, dan tertanam dalam benak konsumennya*”.

KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diperoleh penulis pada saat melakukan penelitian terkait Perilaku *Main Seller* dalam Penetapan Harga Barang *Thrifting* di Surabaya. Penulis dapat menyimpulkan bahwa Perilaku *Main Seller Thrifting* di Surabaya memiliki berbagai macam pendapat dan cara dalam menetapkan harga suatu barang *Thrifting* dari mulai faktor kualitas barang, semua narasumber sepakat bahwasannya faktor kualitas barang ini menjadi faktor mendasar dalam menetapkan harga suatu barang. Berikutnya faktor kedua yaitu tahun produksi barang, dari semua narasumber menekankan bahwasannya faktor tersebut juga mempengaruhi harga suatu barang akan tetapi hanya barang-barang tertentu saja. Selanjutnya yakni lokasi produksi barang, faktor tersebut juga sangat mempengaruhi harga suatu barang, terutama bagi para *Main Seller* ball segel dan *Main Seller* yang hanya bermain *Luxury Brand*. Lalu yang terakhir yaitu faktor merek barang, dari sembilan narasumber sangat sepakat bahwasannya faktor merek barang dalam dunia *Thrifting* ini sangat menjadi faktor yang utama bahkan menjadi faktor penentu dalam menetapkan harga suatu barang.

SARAN

(1) Bagi para *Main Seller Thrifting (online)* harus lebih memperhatikan lagi dalam menetapkan suatu harga barang karena sekarang banyak Produsen *Thrifting* yang baru saja terjun didunia *Thrifting* dengan menetapkan harag suatu barang yang masuk akal dan dapat diterima oleh khalayak umum dari konsumen atau sesama produsen, jadi harus lebih banyak-banyak belajar mengenai *knowlage* tentang bisnis barang-barang bekas atau *Thrifting*. (2) Untuk para *Main Seller Thrifting* memiliki (*offline store*) lebih jujur lagi dalam menetapkan harga suatu barang, terkadang di *market place* dan ditoko harga bisa berbeda. (3) Kepada para *Main Seller* ball segel atau biasa dikenal sebagai juaragan ball segel harus lebih jujur lagi dalam menyediakan ball segel, dengan cara menunjukkan *testimoni* penjualan kepada calon Produsen *Thrifting* satuan atau yang biasa dikenal sebagai seller *online* maupun *offline* agar tidak menimbulkan kecurigaan. (4) Untuk pemerintahan harus lebih bijak lagi dalam membuat peraturan perundang-undangan terkait cara mengatasi peredaran atau kegiatan jual beli barang bekas impor.

REFERENSI

- Aini, R. N. (2020). No Title. *Analisis Perilaku Konsumen, Produsen, Dan Pasar Dalam Islam Pada Masyarakat*, 1(2), 213–229. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47700/jiefes.v1i2.2083>
- Dewi, N. M. I. K., Widiati, I. A. P., & Utama, I. N. (2020). Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor bagi Konsumen di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1(1), 216–221. <https://doi.org/10.22225/juinhum.1.1.2222.216-221>
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena *Thrifting* sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6308>

- Hardiansyah, H. (2013). *METODOLOGI PENELITIAN*. Salemba Humanika, 2010.
- J.A. Smith, P. F. and M. L. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*.
- PERMENDAG. (2021). *Hasil Telaahan Biro Hukum. November 2016*, 1–48.
<https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/detail/2165/1>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2017.