

Analisis Pengaruh Pakaian Thrifting dan Foreign Branding Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan

Gresia Septina Sitohang¹ Frandika Situmorang² Ferozi Ramdana Irsyad³ Bonaraja Purba⁴

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Kota Medan Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4}

frandikasitumorang258@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini menjelajahi dampak mendalam dari penggunaan pakaian thrift dan merek asing (foreign branding) terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Medan. Dengan partisipasi 24 responden dari berbagai fakultas, penelitian ini menerapkan metodologi yang menyeluruh untuk mengungkapkan faktor-faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang membentuk keputusan konsumsi. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu kualitatif melalui penelitian deskriptif berupa penyebaran kuisioner melalui google form dan observasi. Penelitian ini menghasilkan temuan yang menegaskan bahwa pakaian thrifting dan foreign branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap identitas fashion dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. Hasil statistik mendukung temuan ini dengan menggambarkan hubungan yang kuat antara pemilihan pakaian dan perilaku konsumtif. Implikasi dari penelitian ini melibatkan potensi untuk merancang program intervensi sosial dan kampanye pendidikan kesadaran konsumen di kalangan mahasiswa, serta memberikan sumbangan kepada pemahaman kita tentang dinamika konsumsi fashion di lingkungan kampus.

Kata Kunci: Pakaian *Thrift*, Merek Asing, Mahasiswa, Gaya Hidup Konsumtif



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, impor pakaian bekas di Indonesia terus meningkat. Hal ini dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Baju bekas ini seringkali dijual dengan harga lebih murah dibandingkan baju baru sehingga menjadi alternatif bagi sebagian masyarakat Indonesia yang ingin membeli baju dengan harga terjangkau. (Sari Br Siagian et al., 2023) Bisnis pakaian bekas telah menjadi mata pencaharian banyak kalangan, mulai dari tukang kayu, pemilik toko, hingga pemilik kios. Perubahan korporasi yang terjadi justru membantu menyelesaikan permasalahan perekonomian lokal tanpa harus menunggu intervensi pemerintah. Salah satunya adalah penjualan monza atau biasa disebut dengan baju bekas impor, kegiatan ini dapat menjadi pelumas perekonomian daerah karena mempunyai kemampuan untuk menggerakkan roda perekonomian, khususnya di Kota Medan. (Pandia, 2018) Ketertarikan seseorang terhadap gaya hidup tidak lepas dari tren fashion saat ini. Fashion merupakan gaya berpakaian dan perawatan yang populer saat ini dan mengikuti perkembangan zaman. Fashion terdiri dari benda-benda dan atribut-atribut yang digunakan masyarakat untuk secara spesifik mengidentifikasi dirinya dan kelompok sosialnya sebagai suatu kesatuan diri atau ekspresi citra diri dan kepribadiannya. Fashion kini juga telah berubah manfaatnya. Dahulu kita menggunakan pakaian sesuai fungsinya: menutupi sebagian tubuh, menghangatkan tubuh saat dingin, menimbulkan rasa nyaman saat panas. Yang terpenting, pakaian adalah ekspresi identitas pribadi kita. Artinya mendefinisikan dan mendeskripsikan diri kita sendiri. (Ramadhani et al., 2022)

Jenis kehidupan ini selalu berkembang seiring berjalannya waktu. Kehidupan yang semakin modern menyebabkan masyarakat mengadopsi pola perilaku yang unik sehingga

membantu membedakan individu yang satu dengan individu yang lain dalam hal gaya hidup. Bagi sebagian orang, gaya hidup merupakan hal yang penting karena dianggap sebagai bentuk ekspresi diri. Gaya hidup akan lebih jelas terekspresikan pada seseorang yang selalu mengikuti tren dan fashion terkini. Siswa yang tergolong remaja mempersepsikan bahwa interaksi sosial di kota besar mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup. Menurut susanto (2001) remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi. Tujuan siswa mengikuti tren adalah agar dapat diterima oleh lingkungan sosialnya, terutama di kalangan remaja yang juga merupakan trend-watcher. (Kresdianto, 2014)

Fenomena belanja barang bekas juga dapat menjadi topik yang banyak diperbincangkan di kalangan anak muda saat ini. Dwiyantoro dan Harianto (2014:3) Pakaian bekas mulai banyak diminati oleh sebagian besar remaja. Jika dilihat dari apa yang menjadi motivasi masyarakat membeli barang bekas, terlihat jelas bahwa selain harganya yang murah, barang bekas juga memiliki desain yang berbeda-beda dan tetap cantik. Hal ini terkait dengan gaya hidup masa kini yang mengupayakan keunggulan. Membeli barang bekas sudah menjadi kebiasaan. Jika mempertimbangkan apa yang memotivasi orang untuk membeli produk bekas, tidak dapat dipungkiri bahwa barang tersebut tidak hanya memiliki harga yang terjangkau tetapi juga memiliki banyak desain khusus dan estetika yang baik (Kemba, 2023).

METODE PENELITIAN

Dalam beberapa defenisi, metode penelitian adalah untuk mendapatkan informasi baru, meningkatkan pemahaman Anda tentang diri sendiri dan orang lain, serta meningkatkan prosedur atau langkah-langkah. Untuk menggunakan metode ini, Anda harus mengumpulkan data yang relevan dengan penelitian, menganalisis temuan, dan mengintegrasikan temuan dengan tujuan penelitian. Menurut (Amalia & Dewi, 2022) Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan deskriptif untuk melakukan analisis kualitatif penelitian ini. Teori atau inti dari pembahasannya berasal dari penelitian yang dilakukan dari berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, dan artikel yang membahas teori ahli lainnya. Kuisisioner atau angket, yang mendapatkan informasi dari penelitian langsung di tempat kejadian, dapat berfungsi sebagai sumber data penelitian. Peneliti menghasilkan hasil yang bermanfaat dengan menetapkan teori penelitian, menemukan sumber teori, dan kemudian menganalisis teori ini dengan data penelitian. (Syaumi & Dewi, 2022)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden berasal dari Universitas Negeri Medan (UNIMED) beralamat di Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371: Nomor Telepon: (061) 6613365. Universitas Negeri Medan merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang berhasil meraih akreditasi A dan memiliki mahasiswa dari berbagai macam suku, ras, budaya, dan adat serta perspektif dan cara pandang serta latar belakang yang berbeda-beda yakni sebanyak 24 orang yang menjadi perwakilan dari berbagai fakultas yang jika diuraikan menjadi: Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA); Fakultas Teknik (FT); Fakultas Bahasa dan Seni (FBS); Fakultas Ilmu Sosial (FIS); Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK); Fakultas Ekonomi (FE); Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP).

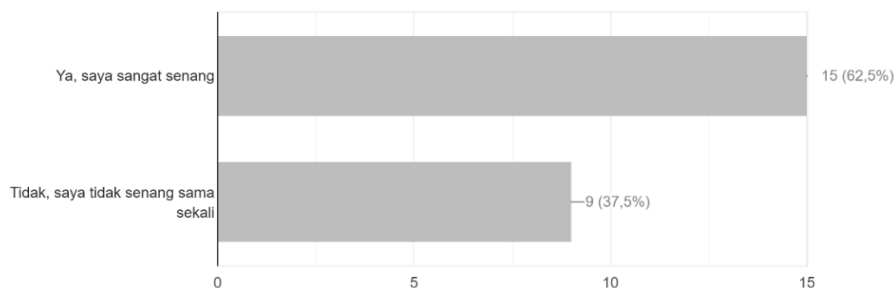


Gambar 1. Universitas Negeri Medan

Responden diarahkan untuk mengisi jawaban dengan kuisisioner yang telah kami sebar secara online melalui google form dan peneliti mengajukan sebanyak 7 pertanyaan yang kami anggap relevan dengan topik penelitian kamidengan hasil sdan pembahasan sebagai berikut:

1. Apakah Anda lebih senang membeli pakaian dari Monza/Thrifting?

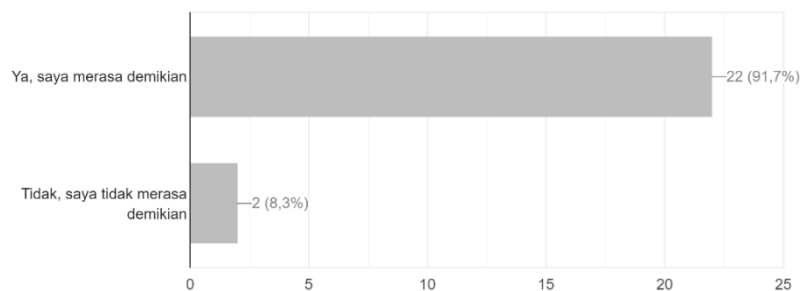
0 / 24 jawaban yang benar



Berdasarkan hasil kuisisioner yang diperoleh dari generasi muda yakni mahasiswa di Universitas Negeri Medan sebanyak 24 responden dari berbagai fakultas, maka dapat diuraikan bahwa pada pertanyaan pertama dapat diperoleh jawaban sebanyak 15 responden atau 62,5% mahasiswa memilih opsi “sangat senang” daripada opsi “tidak senang” dengan 9 responden atau 37,5%. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas mahasiswa unimed memiliki kegemaran dalam menggunakan pakaian monza/thifting daripada pakaian lokal yang baru/pakaian dari toko, mereka juga memiliki kesenangan tersendiri ketika membeli pakaian bekas tersebut. Banyak sekali hal-hal yang mempengaruhi, tidak lepas dari trend yang sedang naik daun di masyarakat, sehingga menimbulkan daya beli di tengah mahasiswa meningkat pada pakaian thrift ini.

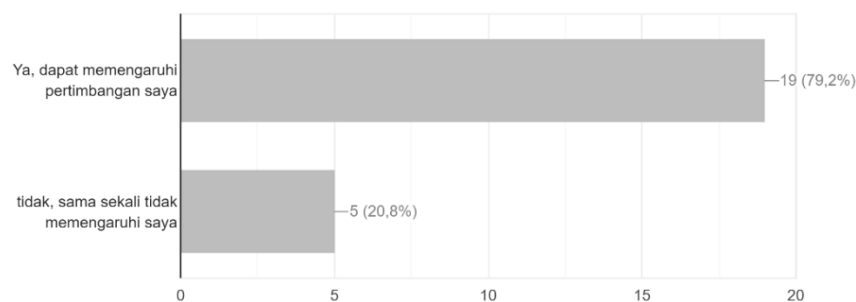
2. Apakah Anda merasa pakaian bekas lebih murah dan terjangkau daripada pakaian baru?

0 / 24 jawaban yang benar



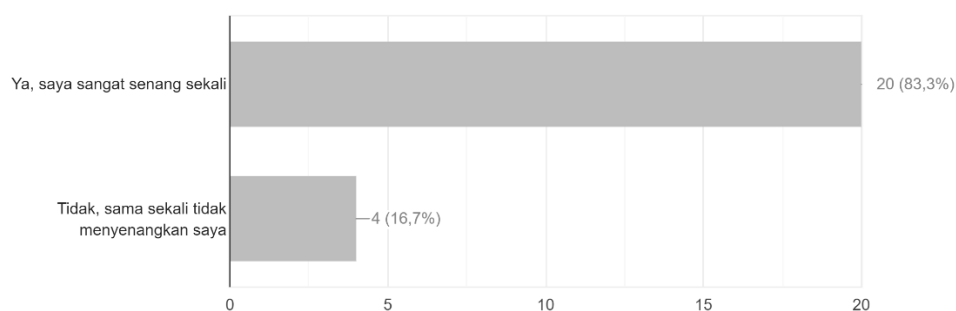
Berdasarkan hasil kuisisioner yang diperoleh dari pertanyaan kedua, terdapat 22 responden atau 91,7% memilih opsi “Ya, saya merasakan demikian” daripada opsi “Tidak, saya tidak merasa demikian” dengan perolehan 2 responden atau 8,3%. Hal ini membuktikan bahwa mereka berpendapat pakaian bekas tergolong lebih murah dibanding pakaian baru dikarenakan harganya lebih ekonomis dan cocok di kantong mahasiswa, mengingat responden kami adalah mahasiswa, mereka memiliki keuangan yang cukup terbatas, sehingga pakaian *thrift/monza* memang menjadi sasaran pasar barang yang cukup digemari karena harganya yang memang cukup bersahabat. Kualitas produk yang ditawarkan juga memang sesuai atau *worth it to buy* sehingga pakaian bekas *thrift/monza* ini sangat digemari.

3. Apakah merek asing memengaruhi Anda untuk pertimbangan membeli produk tertentu?
0 / 24 jawaban yang benar



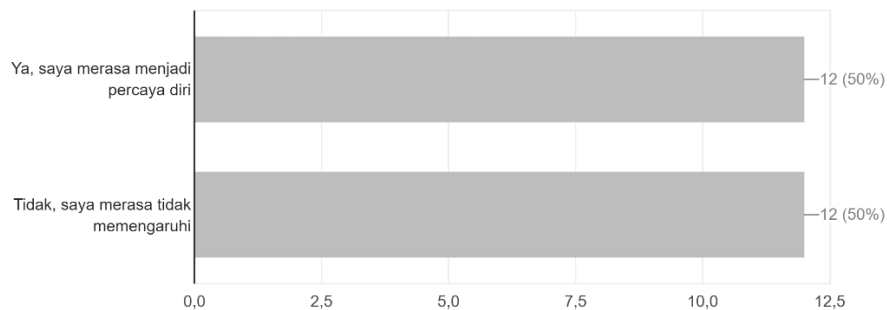
Pertanyaan ketiga diperoleh jawaban sebanyak 19 responden atau 79,2% yang memilih opsi “Ya, dapat mempengaruhi pertimbangan saya” daripada opsi “Tidak, sama sekali tidak mempengaruhi saya” dengan perolehan 5 responden atau 20,8%. Hal ini dapat membuktikan bahwa merek asing/*foreign branding* dapat mempengaruhi pertimbangan mahasiswa untuk membeli produk tertentu. Hal ini dikarenakan image dari suatu barang ditentukan oleh seberapa tenar merek yang ditawarkan dan sebagaimana besar reputasinya di pasaran. Pada umumnya, merek yang cukup terkenal di internasional tidak mengecewakan konsumen, mengingat kualitas dan keuntungan yang diperoleh dari pembelian barang yang bereputasi *international branding* cukup memuaskan, sehingga dapat menjadi sebuah pertimbangan dalam membeli pakaian. Kemudian dari segi model dan design, merek asing senantiasa mengikuti perkembangan jaman dibanding brand lokal, sehingga dapat mempengaruhi permintaan terhadap pakaian merek asing di lapangan dan tidak menutup kemungkinan konsumen untuk mempertimbangkan hal tersebut.

4. Apakah Anda merasa senang saat menggunakan produk dari merek-merek internasional seperti Uniqlo, H&M, Mango, Gucci, dll.?
0 / 24 jawaban yang benar



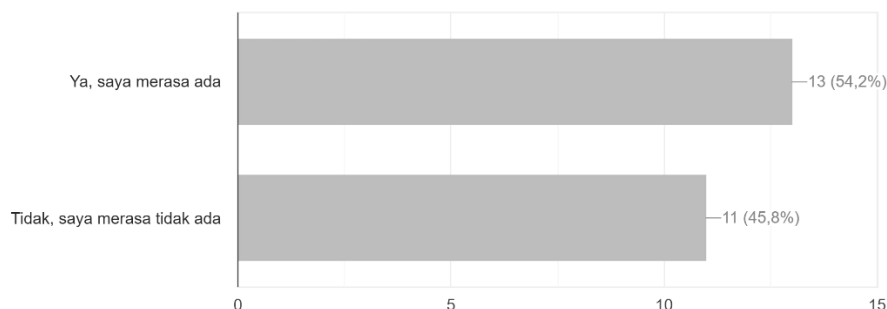
Berdasarkan pertanyaan keempat diperoleh jawaban sebanyak 20 responden atau 83,3% yang memilih opsi 'Ya, saya sangat senang sekali' daripada opsi 'Tidak, sama sekali tidak menyenangkan saya' dengan perolehan 4 responden atau 16,7%. Hal ini dapat membuktikan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Medan merasa senang saat menggunakan produk dari merek-merek internasional seperti Uniqlo, H&M, Mango, Gucci,dll. Reputasi merek asing memang menjadi strata tertinggi dikalangan dunia fashion. Pada umumnya seseorang merasa bangga dan puas ketika sudah memiliki dan mengenakan pakaian yang memiliki reputasi internasional. Hal ini juga kerap menimbulkan kesenjangan yang pada akhirnya menutup perputaran brand lokal yang hanya memiliki reputasi nasional yang dianggap tidak mengikuti zaman dan hanya mengandalkan design yang menerapkan plagiasi atau KW, serta menjiplak bentuk luarnya saja namun tidak diikuti dengan kualitas.

5. Apakah merek asing mempengaruhi tingkat percaya diri Anda sehari-hari?
0 / 24 jawaban yang benar



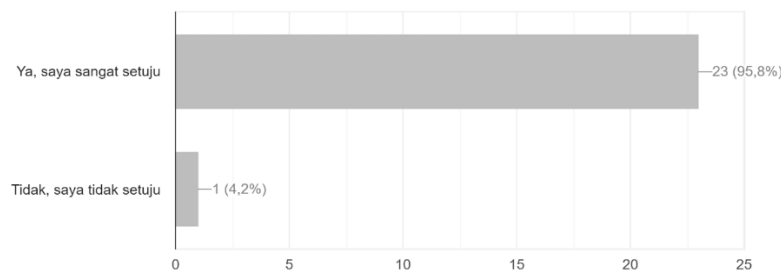
Berdasarkan grafik pertanyaan kelima diperoleh jawaban seimbang antara opsi 'Ya, saya merasa menjadi percaya diri' dan opsi 'Tidak, saya merasa tidak memengaruhi' dengan sama-sama sebanyak 12 responden atau 50%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa merek asing bisa saja mempengaruhi tingkat kepercayaan diri mahasiswa unimed sehari-hari seperti percaya diri untuk berpergian *hangout* dengan teman-teman atau mereka lebih nyaman menggunakan pakaian merek asing, tetapi ada juga mahasiswa yang tidak terpengaruh tingkat kepercayaannya oleh merek asing. Bagi sebagian mahasiswa yang tidak FOMO (Fear of Missing Out) merasa kepercayaan dirinya tidak dipengaruhi oleh merek pakaiannya, namun bagi sebagian mahasiswa mengakui bahwa kepercayaan diri mereka meningkat dengan pakaian yang memiliki merek asing. Media sosial dan lingkungan sosial menjadi salah satu pemicu atas cara seseorang berpakaian, perilaku konsumtif kemudian muncul secara perlahan mengingat trend pakaian hanya sebentar saja dan terus senantiasa berganti.

6. Apakah Anda merasa adanya perubahan dalam gaya hidup Anda setelah mulai membeli produk dari merek-merek internasional?
0 / 24 jawaban yang benar



Berdasarkan grafik pertanyaan keenam diperoleh jawaban sebanyak 13 responden atau 54,2% yang memilih opsi “Ya, saya merasa ada” sedangkan pada opsi “Tidak, saya merasa tidak ada” sebanyak 11 reponden atau 45,8%. Hal ini merupakan murni pengakuan dari mahasiswa bahwa perilaku gaya hidup konsumtif mereka dipengaruhi oleh produk dari merek-merek internasional. Mahasiswa cenderung lebih konsumtif terhadap kebutuhan fashion mereka yang menunjukkan tren peningkatan, hal ini bisa disebabkan oleh pengaruh luar seperti influencer yang gemar mempromosikan produk-produk luar yang pada akhirnya mempengaruhi gaya hidup mahasiswa dalam hal berpakaian. Dikhawatirkan akan terjadi penyusutan minat terhadap merek lokal dan akan berdampak pada perekonomian negara dan menyebabkan perlambatan sirkulasi perekonomian. Perilaku konsumtif pada umumnya berpotensi mengakibatkan hal yang negatif, pemborosan dan berlebihan yang dapat menjadi pemicu perubahan gaya hidup keseluruhan.

7. Apakah anda setuju dengan adanya sistem penjualan pakaian bekas seperti itu?
0 / 24 jawaban yang benar



Berdasarkan grafik pertanyaan ketujuh, diperoleh jawaban “Ya, sangat setuju” sebanyak 23 orang atau 95,8% dan menjawab “Tidak, saya tidak setuju” sebanyak 1 orang atau hanya 4,2% nya saja dari total keseluruhan responden. Hal ini menjadi penentu final bahwa mahasiswa berpendapat bahwa sistem penjualan pakaian bekas memang sangat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan sandang mereka, selain harganya yang ramah di kantong, kualitas yang ditawarkan juga sangat menjanjikan sehingga model penjualan pakaian bekas ini cukup digemari oleh banyak mahasiswa sebagai opsi pembelian barang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pakaian thrifting dan foreign branding memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan. Pengaruh pakaian thrifting terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan terlihat dari meningkatnya kesadaran mahasiswa akan pentingnya gaya hidup berkelanjutan. Mahasiswa yang berbelanja pakaian thrifting cenderung lebih sadar akan dampak lingkungan dari konsumsi pakaian. Selain itu, mahasiswa yang berbelanja pakaian thrifting juga cenderung lebih menghargai barang-barang yang mereka miliki. Pengaruh foreign branding terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan terlihat dari meningkatnya keinginan mahasiswa untuk memiliki barang-barang bermerek asing. Mahasiswa yang memiliki barang-barang bermerek asing cenderung merasa lebih percaya diri dan diterima oleh lingkungan sosialnya. Selain itu, mahasiswa yang memiliki barang-barang bermerek asing juga cenderung lebih mengikuti tren yang sedang berkembang. Berdasarkan kesimpulan tersebut, dapat disarankan agar mahasiswa Universitas Negeri Medan dapat lebih bijak dalam berbelanja pakaian. Mahasiswa dapat memilih untuk berbelanja pakaian thrifting sebagai salah satu alternatif untuk mengurangi dampak lingkungan dari konsumsi pakaian. Selain itu, mahasiswa juga dapat lebih menghargai barang-barang yang mereka miliki, meskipun bukan barang-barang bermerek asing.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, G., & Dewi, D. A. (2022). Menerapkan Nilai-Nilai Pancasila di Sekolah Dasar di Tengah Pengaruh Negatif Globalisasi. *Mahaguru: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 3(1), 120–127. <https://doi.org/10.33487/mgr.v3i1.3488>
- Kemba, M. D. (2023). *Trend thrifting sebagai gaya hidup baru di masyarakat kota malang*.
- Kresdianto, D. (2014). *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif*.
- Pandia, A. M. S. N. (2018). Penerapan Sanksi Pidana Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Terhadap Penjual Pakaian Bekas Impor Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Pidana Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala*, 2(November), 720–734.
- Ramadhani, F., Siti Raisha Rushainy, Mufit, M. I., Erlangga, F., & Nst, M. F. F. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Usaha Thrifting Shop Berbasis Website. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 1(1), 44–47. <https://doi.org/10.56211/blendsains.v1i1.72>
- Sari Br Siagian, N., Annisa Gunawan Sirait, N., & Wardahlia, F. (2023). Analisis Pengaruh Impor Baju Bekas Terhadap Pengusaha Tekstil Dalam Negeri di Indonesia. *Novita Sari Br. Siagian, Dkk) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2986–6340.
- Syaumi, I. K., & Dewi, D. A. (2022). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 1957–1963. <http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/2887>