

FENOMENA THRIFT PADA PLATFORM SHOPPEE LIVE (STUDI KASUS AKUN KOREANOONA)

Melinia Ayu Fatmawati¹, Nicko Gana Saputra^{2*}, Baskoro Harwindito³, Reni Sulistiyowati⁴

¹Universitas Terbuka

^{2,3,4}Politeknik Sahid

*Korespondensi: nickoganasaputra@gmail.com

Diajukan	Direvisi	Diterima
25-06-2024	27-06-2024	27-06-2024

ABSTRACT

Purpose: This study aims to analyze the business development strategies of the Thrift account "Koreannoona" and understand the impact of the imported second-hand clothing trend on society, particularly among young people.

Metode: The method used is qualitative with a descriptive approach through observation and interviews. The research subject is the "Koreannoona" account, which sells imported second-hand clothing (Thrift) using the e-commerce platform Shopee through Live Streaming. Findings indicate that the Thrift business thrives due to high interest in affordable, high-quality second-hand clothing. The study also identifies several critical stages in preparing second-hand clothing for sale.

Implication: The implications of this research include positive impacts on the local economy, changes in fashion trends, and potential revisions to government regulations regarding imported second-hand clothing. Additionally, this research provides strategic guidelines for thrift business operators to utilize e-commerce and educate consumers about the benefits of second-hand clothing.

Keywords: Fenomena, Thrift, e-commerce

ABSTRAK

Penelitian: ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis Thrift oleh akun "Koreannoona" dan memahami dampak tren pakaian bekas impor terhadap masyarakat, terutama di kalangan anak muda.

Metode: yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui observasi dan wawancara. Subjek penelitian ini adalah akun "Koreannoona" yang menjual pakaian bekas impor (Thrift) dengan memanfaatkan platform e-commerce Shopee melalui Live Streaming. Temuan menunjukkan bahwa bisnis Thrift berkembang karena tingginya minat pada pakaian bekas yang berkualitas dan terjangkau. Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tahapan penting dalam mempersiapkan pakaian bekas untuk dijual.

Implikasi: penelitian mencakup dampak positif terhadap ekonomi lokal, perubahan tren fashion, dan potensi revisi regulasi pemerintah mengenai impor pakaian bekas. Selain itu, penelitian ini memberikan panduan strategis bagi pelaku bisnis Thrift dalam memanfaatkan e-commerce dan mengedukasi konsumen tentang manfaat pakaian bekas.

Kata Kunci : Fenomena, Thrift, e-commerce

PENDAHULUAN

Pada zaman Revolusi Industri tepatnya pada abad ke-19 tahun 1760-1840 dimana banyak masyarakat yang mengenalkan mass-production of clothing atau produksi massal di dunia fashion. Pada masa ini banyak orang yang berpikiran bahwasanya pakaian yang dipakai cukup hanya sekali atau yang sering disebut dengan sekali pakai buang. Hal ini mengakibatkan banyaknya pakaian yang masih layak pakai akhirnya menumpuk dan akhirnya pakaian bekas ini digunakan oleh para imigran. Kemudian, pada tahun 1920-an di Amerika terjadi krisis besar-besaran yang mengakibatkan banyak orang yang menganggur serta jatuhnya saham New York. Masyarakat tidak memiliki kemampuan untuk bisa membeli pakaian baru sehingga menjadikan masyarakat memilih untuk mencari alternative lain yaitu dengan berbelanja di Thrift shop. Pada masa ini, Goodwills Industry merupakan Thrift shop terbesar di Amerika yang menerima donasi berupa pakaian bekas agar bisa menyuplai lebih dari 1000 household. Pada tahun 2000-an, budaya Thrifting mulai masuk ke Indonesia melalui Thrift shop online maupun offline. Apalagi sekarang ini, media sosial sangat berpengaruh terhadap industri Indonesia yang ditandai dengan banyaknya kalangan anak muda yang suka memakai barang second (Gafara, 2019).

Thrift merupakan istilah dari pakaian bekas dengan bahan tekstil dan serat yang berasal dari luar negeri. Baju Thrift banyak diburu kalangan anak muda karena barang yang terbatas serta banyak model modern yang disukai kalangan muda. Tidak memungkiri, zaman sekarang ini mahasiswa yang memanfaatkan Thrifting sebagai bisnis dikarenakan modal yang dibutuhkan sedikit namun untung yang didapat cukup besar. Banyaknya minat konsumen terhadap Thrift, memotivasi kalangan anak muda untuk memanfaatkan E-commerce sebagai sarana mengembangkan bisnis. E-Commerce atau Electronic Commerce adalah berbagai macam aktivitas jual beli atau transaksi yang menggunakan sarana media elektronik atau internet. Menurut Sari & Habib (2023) implementasi pemasaran E-Commerce melalui jejaring sosial seperti Instagram, TikTok, Shopee, Lazada dan lain-lain. Pada toko Koreanoona, memanfaatkan media sosial sebagai sarana transaksi jual beli memang salah satu strategi pemasaran karena sekarang ini sudah jamannya anak muda mengenal Thrift shop. Melalui akun Shopee dengan melakukan Live Streaming serta perlengkapan yang dibutuhkan untuk menarik daya beli konsumen. Namun, fenomena Thrift yang terjadi di Indonesia tentu saja mengalami kendala. Pemerintah melarang adanya Impor pakaian bekas dikarenakan dapat merugikan industri dalam negeri, merugikan pendapatan serta mempengaruhi perekonomian Indonesia (Birahayu, 2020).

METODE

Metode yang digunakan dalam proses penulisan karya ilmiah ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui pengumpulan data primer berupa observasi atau pengamatan langsung dan wawancara kepada owner dari Koreanoona. Menurut Adiputra dkk (2021) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena buatan manusia yang digunakan untuk menganalisis atau mendeskripsikan hasil subjek, tetapi tidak dimaksudkan untuk memberikan implikasi yang lebih luas. Kelengkapan data dari metode penelitian ini berupa hasil observasi dan wawancara yang bertujuan untuk mengetahui fenomena *Thrift* di kalangan anak muda dan respon serta tanggapan kepuasan atas *Thrift shop* melalui akun Koreanoona. Menurut Subagyo (2006) teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomenologi

Dalam Menurut Supriadi (2015) kata fenomenologi pertama kali muncul dipelopori oleh Edmund Husserl, berdasarkan pada artikel "Pure Phenomenology" tahun 1917, Husserl mendasari filsafat sebagai ilmu yang rigorus yang diberi nama "Fenomenologi". Fenomenologi merupakan ilmu pengetahuan (logos) tentang sesuatu yang tampak (phenomenon) atau apapun yang menampakkan diri. Fenomenologi mengajarkan akan kesadaran, pemikiran, perilaku, serta tindakan yang dapat diterima. Alfred Schutz memiliki pandangan bahwa fenomenologi dapat menyatukan ilmu pengetahuan melalui kegiatan sehari-hari sehingga dapat menciptakan pengalaman dan pengetahuan (Ghilmansyah dkk, 2022)

Fenomena Thrifting yang terjadi menimbulkan banyak pro dan kontra. Dampak dari fenomena ini perlu perhatian dari sektor sosial. Pada umumnya pelanggan yang sering bertransaksi dalam jual beli Thrift mengakibatkan seseorang mempunyai sifat konsumtif. Menurut Sumartono dalam Aini dkk (2020) konsumtif adalah tindakan yang menggunakan produk namun tak memiliki rasa puas. Artinya, belum habis suatu produk, tetapi sudah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Selain menjadikan generasi konsumtif, fenomena ini juga berdampak pada industri lokal khususnya UMKM. Kegiatan jual beli Thrift apabila terus berlangsung akan mengancam kelangsungan usaha para pelaku industri lokal yang nantinya dapat berpotensi meningkatkan angka pengangguran yang tinggi dikarenakan hilangnya mata pencaharian

Larangan Import Thrifting

Dalam mengatasi kompleksitas masalah yang ditimbulkan dari fenomena Thrifting, membuat pemerintah turun tangan dalam mengatasi hal ini guna mencari solusinya. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan mengeluarkan keputusan kebijakan pelarangan impor pakaian bekas. Berkaitan dengan larangan pakaian bekas impor, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas. Namun peraturan tersebut tidak lagi digunakan atau di cabut yang kemudian diperbaharui menjadi Pengambilan Keputusan Kementerian Perdagangan yang tertulis dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 40 Tahun 2022 mengenai barang dilarang ekspor dan dilarang impor. Dalam pasal 2 ayat 3 tertulis bahwa barang yang termasuk dalam larangan impor diantaranya adalah karung bekas, kantong bekas, dan pakaian bekas (Jury & Fimelia, 2024).

Pemerintah Indonesia diperbolehkan menolak atas masuknya pakaian bekas untuk diperjual belikan di pasar Indonesia yang tidak berstandar sesuai dengan Ayat (1) tentang Ketentuan Impor Barang Konsumsi yang menyebutkan bahwa barang Impor harus memenuhi standar teknis yang ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional atau lembaga standar teknis yang relevan. Untuk mengantisipasi kerugian pada pendapatan Negara, maka bisa diberlakukan pajak tambahan. Sesuai dengan Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 17 ayat (1) tentang perdagangan yang menyebutkan bahwa pemerintah dapat memberlakukan bea cukai tambahan untuk melindungi industri dalam negeri (Birahayu, 2020)

Dampak Thrifting

Menurut Jury & Fimelia (2024) berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup, pada tahun 2021 ada sekitar 2,3 juta ton limbah tekstil yang menumpuk di dalam negeri dan hanya 0,3 juta ton limbah yang dapat didaur ulang. Permasalahan yang ditimbulkan akibat dari adanya fenomena ini, diantaranya :

- a) Dari segi kesehatan, pakaian bekas impor ilegal tidak diketahui apakah pakaian bekas itu aman digunakan atau tidak. Pakaian bekas impor yang ilegal bisa saja mengandung bahan berbahaya bagi konsumen. Walaupun dalam pembersihan pakaian bekas dilakukan sesuai dengan tahapan, tetapi kualitas dan kebersihan barang bekas yang dijual dapat berdampak pada risiko penyebaran penyakit kulit menular seperti panu, scabies, dan eksim. Pakaian bekas yang dijual lagi tidak memiliki jaminan atas kebersihannya baik dalam proses pengiriman atau pun dari pemakai.
- b) Dampak yang dialami konsumen yaitu dengan adanya budaya Thrifting ini mengakibatkan konsumen memiliki sifat gaya hidup konsumtif. Konsumen tidak memikirkan antara kebutuhan dan keinginan. Kebanyakan para konsumen hanya memikirkan akan keinginan untuk bisa tampil memukai. Terlebih lagi, sekarang ini melakukan Thrifting cukup dengan cara check out dengan harga yang murah. Selain itu, platform shopee yang menyediakan Spaylater akan memudahkan anak muda jaman sekarang untuk bisa mendapatkan pakaian yang bagus dengan cara pembeli melakukan pembayaran menyusul di bulan berikutnya. Dengan fitur ini, pembeli dapat membeli barang terlebih dahulu yang pembayarannya dengan cara dicicil setiap bulannya dengan tempo yang telah ditetapkan. Spaylater merupakan produk layanan pinjaman yang disediakan oleh pt. Commerce Finance untuk memberikan pinjaman kepada pengguna yang diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (Aida & Nugroho, 2022)

Dampak yang dirasakan pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) semenjak fenomena Thrift diantaranya adalah menurunnya pendapatan pelaku UMKM lokal. Industri tekstil lokal mengalami kerugian karena adanya Thrift ini. Hal ini mengakibatkan naiknya angka pengangguran, turunnya angka pendapatan masyarakat lokal, dan menghambatnya kreativitas industri tekstil. Peredaran pakaian bekas impor yang ilegal berdampak buruk karena mengalami penurunan pada produksi UMKM dan menurunnya daya saing UMKM tekstil lokal. Peredaran barang impor ilegal dapat merugikan pendapatan Negara karena impor ilegal akan menghindari wajib pajak dan bea masuk yang seharusnya menjadi sumber pendapatan negara. Hal ini mengakibatkan kerugian ekonomi yang besar dan menghambat perkembangan sektor tekstil negara (Fatah dkk, 2023).

Bisnis Thrifting Koreanoona

Pakaian bekas impor atau Thrift untuk saat ini sangat diminati khususnya untuk para wanita di kalangan anak muda. Hal ini dikarenakan gaya hidup yang sudah modern serta teknologi yang semakin canggih. Model yang unik, bagus serta harga yang terjangkau yang mengarah pada outfit Korea menjadikannya sebagai alasan mengapa kalangan anak muda menggemari Thrift fashion ini. Dengan adanya Thrift dan jaman yang sudah modern serta teknologi yang canggih, anak muda bisa memenuhi kebutuhan lifestyle nya melalui marketplace yang sudah tersedia pada e-commerce. Banyaknya minat akan trend fashion Thrift, memotivasi seorang mahasiswa untuk mencoba bisnis Thrift. Bisnis tersebut diberi nama "Koreanoona" dan memiliki platform Shopee dengan nama "Koreanoona.id" dengan jumlah pengikut yang baru mencapai 668 pengikut dan respon pelanggan melalui bintang sebanyak 4,9/5.0 testimoni. Owner dari Koreanoona juga berawal dari menyukai model baju korea seperti cardigan dan blazer, akan tetapi kendala harga yang mahal untuk bisa memenuhi keinginan untuk membeli cardigan dan blazer akhirnya owner mencari baju Thrift yang masih layak pakai dengan kualitas premium serta harga yang terjangkau.

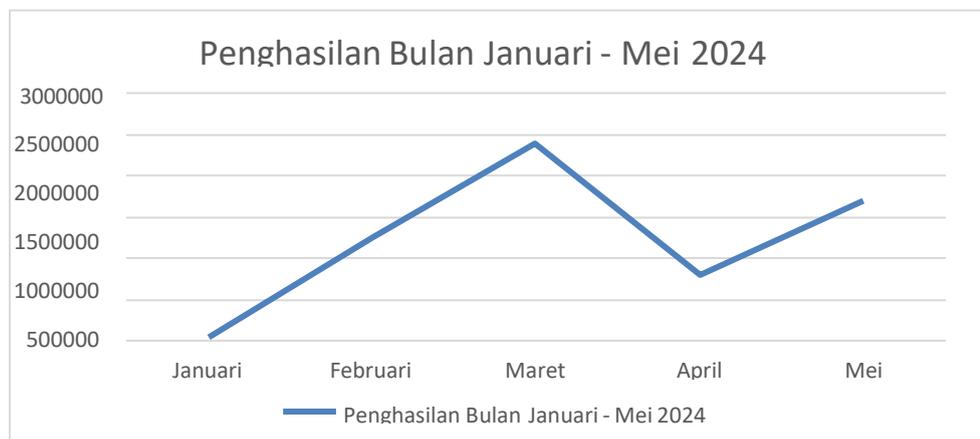
Jadi bisa dikatakan bahwa owner memiliki hobi Thrifting dan juga memanfaatkan peluang bisnis yang sesuai dengan hobinya. Maka dari itu, owner menjadikan hobinya sebagai tuntutan gaya hidup sebagai hobi Thrifting dan pelaku usaha Thrifting. Dari situlah owner memulai untuk membuka Thrift shop. Thrift shop merupakan toko yang menjual khusus pakaian yang sudah pernah dipakai namun banyak peminatnya khususnya kalangan anak muda dengan harga yang murah namun ada beberapa pakaian bekas yang bermerk (branded) yang masih sangat bagus. (Gulfira, 2016).

Koreanoona memulai bisnis jual beli pakaian bekas impor (Thrift) dengan target pelanggan kalangan anak muda. Kalangan anak muda yang dimaksud tidak hanya mahasiswa, namun anak-anak usia sekolah menengah pertama dan menengah atas sangat menyukai Thrift sebagai outfit sehari-hari. Owner dari Koreanoona menjelaskan mengenai mekanisme jual beli pakaian bekas impor didapat melalui agen distributor dari kota Tangerang. Agen distributor sebagai pemasok baju Thrift mengirimkan kepada Reseller untuk diperjual belikan kembali sesuai dengan pesannya. Pesanan tersebut memiliki kode-kode tertentu berdasarkan asal barang dan kualitas barang. Pakaian-pakaian yang dipesan dikemas dalam karung berukuran besar kemudian disegel dengan kuat untuk memaksimalkan proses pressing (Makhudah, 2022). Apabila pengiriman telah diterima, kemudian owner melakukan tahapan perawatan agar pakaian layak untuk dipakai. Beberapa tahapan yang dilakukan adalah perendaman pada air panas atau dengan Dry Clean untuk menghilangkan jamur yang menempel pada pakaian bekas, kemudian dicuci dengan detergen atau sabun cuci, selanjutnya dijemur di bawah sinar matahari dan tidak lupa untuk disetrika terlebih dahulu (Handoko, 2009)

Kata pakaian bekas impor ini terdengar tabu, tapi pada kenyataannya banyak anak muda yang menggunakan barang Thrift sebagai tren fashion agar terlihat modis. Banyak barang branded yang bisa didapatkan melalui Thrift tentunya dengan harga yang murah namun berkualitas premium. Arti dari kata branded adalah merek yang dijadikan sebagai identitas dari suatu produk yang berupa tanda, nama atau istilah sebagai pembeda dari pesaing serta dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Chalil, 2020). Koreanoona tidak hanya membuka Thrift shop berupa toko fisik secara offline namun juga memanfaatkan teknologi melalui e-commerce untuk bisa membuka toko secara online. E-commerce yang digunakan berupa platform Shopee melalui live streaming. Adapun keuntungan dengan menggunakan marketplace shopee adalah jarak yang jauh seperti luar jawa bisa dijangkau melalui ekspedisi yang sudah tersedia dengan ongkos kirim yang murah, mudahnya di akses anak muda untuk berbelanja tanpa harus pergi ke pusat perbelanjaan, pilihan yang ditawarkan bervariasi, dan harga yang ditawarkan jauh lebih murah.

Menurut Kaplan dan Haenlin (2010), media sosial adalah beberapa aplikasi yang berbasis internet yang dibuat berdasarkan ideologis dan teknologi web, serta memungkinkan untuk penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna. Owner mengatakan penjualan Thrift shop ini banyak terjual melalui shopee live. Hal ini dapat dibuktikan melalui penghasilan yang diterima pada penjualan bulan Januari- Mei 2024. Pada bulan Januari penghasilan yang didapat berkisar Rp. 55.062 dengan 1 produk terjual. Pada bulan Januari keadaan platform sedang tidak baik-baik saja dikarenakan platform sebelah mengalami kendala yang mengakibatkan penurunan terhadap penjualan. Kemudian pada bulan Februari penghasilan yang didapatkan berkisar Rp. 1.243.563 dengan 23 produk terjual. Pada Bulan Maret penghasilan yang diterima sebesar Rp. 2.391.314 dengan 47 produk terjual. Untuk penghasilan bulan April memperoleh Rp. 800.058 dengan 16 produk terjual, dan pada bulan Mei penghasilan yang diperoleh Rp. 1.705.454 dengan 40 produk terjual.

Grafik 1. Pendapatan Akun Koreannoona Januari - Mei 2024



Pada saat owner melakukan live Shopee, maka owner Koreanoona akan mendeskripsikan kondisi pakaian yang akan ditawarkan kepada pembeli agar penerimaan barang nanti pembeli tidak mengalami kekecewaan. Meskipun harganya yang murah dan berkualitas branded tapi biasanya tetap ada kekurangannya. Melalui live Shopee, owner koreanoona akan memberitahukan masing- masing kekurangan dari pakaian Thrift tersebut contohnya seperti adanya sedikit noda kotor dibagian lengan, atau satu kancing baju yang terlepas, dan lain-lain (Iryani & Fauzan, 2017). Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa strategi pemasaran menggunakan fitur shopee Live Streaming memerlukan perlengkapan yang memadai agar Live Streaming dapat berjalan dengan lancar serta dapat menarik konsumen untuk bergabung dengan live yang berlangsung. Perlengkapan yang diperlukan diantaranya seperti penggunaan pencahayaan yang, latar, dan properti yang dapat membantu kualitas video, host Live Streaming berpenampilan menarik untuk menarik daya Tarik konsumen, dan jaringan internet stabil agar proses Live Streaming berjalan lancar (Sari & Habib, 2023).

SIMPULAN

Perkembangan pakaian bekas impor di kalangan anak muda memotivasi pemilik Koreannona untuk membuka bisnis Thrift shop. Koreannona memanfaatkan e-commerce melalui platform Shopee live streaming. Akun toko ini dapat dicari dengan nama "Koreannona.id". Data penjualan yang dihasilkan selama lima bulan terakhir melalui Shopee mencapai sekitar Rp. 6.195.451 dengan total 127 produk terjual. Akun Koreannona memiliki 668 pengikut dengan rating respon pelanggan 4,9/5,0.

Dampak dari fenomena Thrift yang perlu diperhatikan oleh pemerintah mencakup aspek kesehatan dan ekonomi. Dari segi kesehatan, pakaian bekas impor berbahaya karena bisa mengandung jamur yang mengganggu kesehatan kulit, menyebabkan penyakit seperti panu, scabies, atau eksim. Dari sisi konsumen, tren Thrift dapat mendorong perilaku konsumtif dan berisiko meningkatkan hutang melalui layanan Spaylater demi memenuhi gaya fashion. Sedangkan dari perspektif UMKM, dampaknya meliputi penurunan pendapatan pelaku UMKM lokal, kesulitan pencari kerja mendapatkan lapangan pekerjaan, dan kerugian pada perpajakan negara akibat impor ilegal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N. R., & Nugroho, R. S. (2022, April). Apa itu Shopee Paylater, dan Dampaknya jika Terlambat Bayar Tagihan. *Kompas.Com*.
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural ...*, 77-88.
- Birahayu, D. (2020). Penegakan Hukum Terhadap Penyelundupan Pakaian Bekas. *Perspektif Hukum*, 20(1), 157.
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Cloudia Winery Aprida Jury, & Qonita Fimelia. (2024). Analisis Pengambilan Keputusan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Dalam Larangan Impor Pakaian Bekas (Thrifting) Menurut Teori Rasional. *Birokrasi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara*, 2(2), 200-217.
- Dwiyantoro, A., & Harianto, S. (2014). Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas. *Paradigma Jurnal*, 2(3), 1-8.
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278-291.
- Fatah, A., Sari, D. A. P., Irwanda, I. S., Kolen, L. I., & Agnesia, P. G. D. (2023). Pengaruh Larangan Impor Pakaian Bekas Terhadap Pengusaha Thrift. *Jurnal Economina*, 2(1), 1321- 1328.
- Gafara, G. (2019). *A Brief History of Thrifting*
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1-16.
- Handoko, H. B. (2009). *Sukses Wirausaha Laundry di Rumah*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Iryani, N., & Fauzan, T. R. (2017). Pemasaran Digital Melalui Fitur Live Pada Platform Marketplace Terhadap Pengembangan Bisnis. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51-66.
- Makhudah, K. (2022). Perspektif Ekonomi Islam Pada Jual Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 5(3), 168-179.
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Meida Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Studi Kasus Thrift shop di Kabupaten Tulungagung. *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 41-58.
- Suyanto, A. R. D., Vindata, S. K., & ... (2024). Fenomena Thrifting Dikalangan Mahasiswa Akibat Perubahan Gaya Hidup Modern. *Musyteri: Neraca*, 5(1).