

**THRIFTING SEBAGAI PILIHAN BERBELANJA DI KOTA MAKASSAR
(STUDI KASUS BERBELANJA “CAKAR” DI GOR SUDIANG KOTA MAKASSAR)**



**MARYAM NURUL FATANAH
E031201026**



**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**THRIFTING SEBAGAI PILIHAN RASIONAL BERBELANJA
DI KOTA MAKASSAR
(Studi Kasus Berbelanja “Cakar” di Gor Sudiang Kota Makassar)**

MARYAM NURUL FATANAH

E031201026



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

**THRIFTING SEBAGAI PILIHAN RASIONAL BERBELANJA
DI KOTA MAKASSAR
(Studi Kasus Berbelanja “Cakar” di Gor Sudiang Kota Makassar)**

MARYAM NURUL FATANAH

E031201026

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Sosiologi

pada

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

**THRIFTING SEBAGAI PILIHAN RASIONAL DALAM BERBELANJA DI KOTA
MAKASSAR
(STUDI KASUS BERBELANJA "CAKAR" DI GOR SUDIANG)**

**MARYAM NURUL FATANAH
E031201026**

Skripsi,

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Sarjana Ujian Sosiologi pada 23 Agustus
2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan pada

Program Studi Sosiologi Departemen Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar

Mengesahkan,

Pembimbing I

Pembimbing II



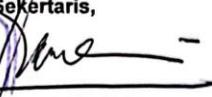
Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si
NIP. 19651016 199002 1 002



Dr. Ria Renita Abbas, S.Sos., M.Si
NIP. 19760516 200912 2 001

Mengetahui,

**a.n. Ketua Departemen Sosiologi
Sekertaris,**



Dr. M. Ramli AT, M.Si
NIP. 19660701 199903 1 002

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi *Thrifting* sebagai pilihan rasional dalam berbelanja di Kota Makassar (Studi kasus berbelanja "cakar" di GOR Sudiang Kota Makassar) adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si sebagai pembimbing I dan Dr. Ria Renita Abbas, S.Sos.,M.Si sebagai pembimbing II. Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima skripsi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada universitas hasanuddin.

Makassar, 25 November 2024




MARYAM NURUL FATANAH
E031201026

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dapat diselesaikan dengan semaksimal mungkin sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana. Tak lupa pula, shalawat serta salam penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan jalan yang terang benderang dan menjadi petunjuk bagi umat manusia.

Skripsi yang berjudul ***THRIFTING* SEBAGAI PILIHAN RASIONAL BERBELANJA DI KOTA MAKASSAR (Studi Kasus Berbelanja “Cakar” di Gor Sudiang Kota Makassar)** disusun dengan bantuan banyak pihak terutama **Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si** selaku Pembimbing I dan **Dr. Ria Renita Abbas, S.Sos., M.Si** Pembimbing II. Selain itu, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si selaku Pembimbing I dan Dr. Ria Renita Abbas, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing II. Tidak lupa ucapan terimakasih untuk penguji saya yang banyak memberikan saran dan masukan untuk skripsi saya yang masih jauh dari kata sempurna yaitu Dr. Sultan, S.Sos., M.Si.
2. Selanjutnya yang terhormat kepada bapak rektor Universitas Hasanuddin Prof. Jamaluddin Jompa Ph.D, yang terhormat dekan fisip, yang terhormat bapak kepala Prodi S1 Sosiologi, serta yang terhormat para bapak ibu dosen dan staf jurusan prodi sosiologi fakultas ilmu sosial ilmu politik yang telah mendidik dan memabagikan ilmunya selama penulis mengikuti proses perkuliahan.
3. Terimakasih yang tak terhingga kepada bapak saya Arifin, alm mamah saya Gusnawati, ummi saya Murni, dan abi Dedy Harianto. Tidak lupa 3 saudara saya kakak Ikhsan, adik Asra Al-amsyar dan adik Aufa Al-amsyar.
4. Ucapan terimakasih kepada Aulia Ananda, Aisyah Ramadhani, Amniyatul Muminah, Aqila Damita, dan Aufa Al-amsyar karena telah membuat kehidupan perkuliahan yang terkadang terasa sesak dan mencekik menjadi lebih lega dan memebahagiakan. Libur kuliah menjadi sangat berarti saat mengingat bahwa saat itu kita akan bertemu kembali.

5. Terimakasih juga kepada keluarga besar UKM Fotografi Universitas Hasanuddin dan saudara diksar saya OPTICS yang banyak menemani saya di waktu kosong selama berkuliah di Uuniversitas Hasanuddin. Setengah sulawesi selatan tak akan saya jelajahi sejauh ini jika bukan karena kalian.
6. Tak lupa saudara seangkatan saya Sosiologi 2020 yang menemani sejak awal maba sampai akhirnya kita memiliki jalan masing-masing di semester akhir. Terimakasih telah mau berjuang bersama dalam banyak hal, terimakasih mau kuat menjalani perkuliahan yang kadang terasa sulit dan kadang terasa menyenangkan. Kita semua hebat bisa sampai dititik ini.
7. Untuk sahabat saya yang menemani saya dikota yang awalnya asing untuk saya bayangkan ditempati dalam jangka waktu yang lama, yaitu A. Sutasya Dwi Asyura, Putri Wulan Asyifa, A. Rara Garnisia, Ilham Anwar, Andi Yusuf Habiebie, Qanita Khairunnisa, Sephia, Suntan Assauri, Novi Asrianti M, Betsina Hallatu, Arif Hermawan, dan Gifari Surya.
8. Tidak lupa sahabat CCTV Dosen yang telah membantu selama penyusunan skripsi dan membantu untuk menemukan dosen saat dibutuhkan yaitu Moudita Hernanda P, Rani, Yuni Rezki Amaliah, Santika Rahayu, Mirna Fasira P, dan Nur Fadillah.
9. Terimakasih juga untuk Alm. Omah dan Cucu Omah yaitu keluarga KKN saya angkatan 109 Posko 1. Terimakasih kepada alm. Omah yang telah menerima kami dengan baik selama KKN di tahun 2023. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada Muh. Agung Budiman, Ainun Mawaddah, Zalsabila Putri Ahmad, Rosadika Saenong, Raihan Mahardika, dan La Ode rinaldi Tonda. Mengikuti KKN di tahun 2023 lebih terasa seperti sedang kumpul keluarga selama 40 hari bagi saya, terimakasih sudah mau menjadi keluarga walau berbeda ayah dan ibu.
10. Terakhir, saya ucapkan terimakasih kepada seseorang dengan NIM A011201023 yang telah banyak menemani saya dikala bingung ingin kemana disaat buntu berpikir. Terimakasih sudah memberitahu jika Makassar tidak seluas itu untuk tidak saya jelajahi, dan terimakasih untuk rekomendasi makanan dan tempat di Makassar yang begitu menarik. Semoga kita bertahan lama.

ABSTRAK

Maryam Nurul Fatanah. ***Thrifting* Sebagai Pilihan Rasional Berbelanja Di Kota Makassar (Studi Kasus Berbelanja “Cakar” Di Gor Sudiang Kota Makassar)**

(dibimbing oleh Muh.Iqbal Latief dan Ria Renita Abbas)

Thrifting kini menjadi fenomena yang kini kembali ramai terdengar di Masyarakat. *Thrifting* merupakan kegiatan berbelanja barang *second hand* atau bekas tetapi dengan kondisi barang yang masih layak untuk digunakan. Penelitian yang diangkat ingin melihat bagaimana *thrifting* menjadi alternatif pilihan berbelanja di Kota Makassar dan bagaimana *thrifting* mengubah perilaku masyarakat dalam berbelanja. *Thrifting* telah menjadi pilihan berbelanja di Kota Makassar karena berbagai alasan rasional. Pertama, preferensi konsumen didorong oleh ulasan positif dan kualitas barang yang baik, serta daya tarik *thrifting* yang menawarkan sensasi unik seperti menemukan barang eksklusif dan branded. Kedua, *thrifting* menarik karena harganya yang terjangkau. Ketiga, dari segi pemanfaatan, *thrifting* sesuai dengan kemampuan finansial konsumen dan dapat dijadikan peluang usaha dengan menjual kembali barang-barang tersebut. Selain itu, *thrifting* juga mengubah perilaku belanja masyarakat, seperti menghidupkan kembali fashion vintage, menghapus batasan status sosial, dan mendorong pembelian impulsif.. Penelitian ini menggunakan teori pilihan rasional James Coleman untuk mengkaji masalah tersebut, yang membantu memahami alasan rasional di balik keputusan masyarakat untuk berbelanja barang *thrift*.

Kata Kunci: *Thrifting*, Pilihan rasional, Berbelanja

ABSTRACT

Maryam Nurul Fatanah. ***Thrifting as a Rational Shopping Choice in Makassar City (A Case Study of Shopping for "Cakar" at GOR Sudiang, Makassar City)***. (supervised by Muh.Iqbal Latief and Ria Renita Abbas)

Thrifting has become a phenomenon that is once again gaining popularity in society. *Thrifting* refers to the activity of purchasing second-hand goods that are still in good condition. This study aims to explore how *thrifting* has become an alternative shopping option in Makassar City and how it has transformed consumer behavior. *Thrifting* has become a preferred shopping choice in Makassar City for several rational reasons. First, consumer preference is driven by positive reviews and the good quality of goods, along with the unique appeal of *thrifting*, such as the thrill of finding exclusive and branded items. Second, *thrifting* is attractive due to its affordable prices. Third, in terms of utilization, *thrifting* aligns with the financial capabilities of consumers and can be leveraged as a business opportunity by reselling *thrifed* items. Furthermore, *thrifting* has also altered consumer shopping behavior, such as reviving vintage fashion, eliminating social status barriers, and encouraging impulsive buying. This study employs James Coleman's rational choice theory to analyze these issues, providing insight into the rational reasons behind consumers' decisions to engage in *thrifting*.

Keywords: *Thrifting*, Rational choice, Shopping

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep <i>Thrift</i> , <i>Thrifting</i> , dan <i>Thrift shop</i>	9
2.2 Tinjauan Teori Pilihan Rasional.....	14
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Kerangka Konsep.....	22
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan, Tipe, dan Strategi Penelitian	24
A. Pendekatan Penelitian.....	24
B. Tipe Penelitian	24
C. Strategi Penelitian	25
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	25
3.3 Teknik Penentuan Informan.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.6 Pengujian Keabsahan Data.....	30

BAB IV	32
GAMBARAN UMUM	32
4.1 Lokasi Penelitian	32
4.2 Sejarah Kelurahan Sudiang.....	33
BAB V	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Informan Penelitian	38
5.2 <i>Thrifting</i> sebagai alternatif pilihan berbelanja di Kota Makassar	41
5.3 <i>Thrifting</i> mengubah perilaku berbelanja di Kota Makassar	55
5.4 Eksistensi dan Citra <i>Thrifting</i>	64
BAB VI	75
PENUTUP	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	x
LAMPIRAN	xiii
Lampiran 1	xiii
Dokumentasi	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. 2. Posisi Penelitian Penulis.....	19
Tabel 3. 1. Tahapan Penelitian	26
Tabel 3. 2. Informan Kunci	27
Tabel 5. 1. Informan Penelitian.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Data Volume Dan Nilai Impor Pakaian Bekas di Indonesia 5 tahun terakhir	4
Gambar 2. 1. Kerangka Konsep	23
Gambar 4. 1. Peta Kota Makassar	32
Gambar 4. 2 Jumlah penduduk kota Makassar	33
Gambar 4. 3 Peta GOR Sudiang	36
Gambar 4. 4 GOR Sudiang	37
Gambar 5. 1 Barang cakar murah di GOR Sudiang	52
Gambar 5. 2 Bursa Cakar Makassar 2011	70
Gambar 5. 3 Cakar di GOR Sudiang	71
Gambar 5. 4 Sosial Media Instagram dan Tiktok	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	106
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	109
Lampiran 3 Surat Izin Meneliti.....	110
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sesuai dengan perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat modern tidak hanya terdiri dari kebutuhan yang paling penting atau primer, yaitu sandang, papan, dan pangan. Hal ini disebabkan oleh perkembangan dan perubahan masyarakat yang menimbulkan banyak kebutuhan yang berbeda-beda. Di Indonesia, salah satu perubahan sosial yang terkait dengan kemajuan saat ini adalah pakaian dan barang-barang yang mendukung *fashion* masyarakat zaman sekarang. Pakaian dan aksesoris yang digunakan saat ini telah menjadi salah satu fungsi diferensiasi sosial dalam masyarakat modern (Indra, 2018)

Umumnya, ketertarikan masyarakat terhadap gaya hidup berpakaian dan barang-barang yang unik tak jarang selalu mengarah kepada *trend fashion* yang sedang banyak diminati oleh masyarakat luas. Adanya interaksi sosial yang melibatkan individu dengan lingkungan sekitarnya membuat lahirnya perkembangan *fashion* yang melesat cepat.

Fashion merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tampilan dan gaya sehari-hari masyarakat. Hal-hal seperti pakaian dan aksesoris yang dikenakan bukan sekedar penutup badan dan hiasan saja, melainkan lebih dari itu. Ini juga menjadi alat komunikasi untuk mengkomunikasikan identitas pribadi. *Fashion* bukan hanya tentang pakaian dan aksesoris seperti kalung dan gelang, tetapi barang fungsional lainnya yang dikombinasikan dengan elemen desain yang kompleks dan unik sebagai alat yang menampilkan dan meningkatkan penampilan pengguna. Di dalam *fashion* memiliki nilai-nilai yang ingin seseorang perlihatkan atau ditransmisikan melalui penampilan. *Fashion* adalah suatu bentuk ekspresi individualistis. *Fashion* adalah metode yang digunakan oleh individu untuk membedakan dirinya sebagai individu dan menyatakan beberapa hal yang unik pada dirinya (Lestari, 2014)

Fashion dan pakaian mempunyai kekuatan untuk cepat dikenal masyarakat. Secara intuitif dibenarkan untuk mengatakan bahwa seseorang mengirim pesan yang membicarakan tentang diri mereka melalui *fashion* dan pakaian yang mereka kenakan. Masyarakat memilih pakaian sesuai dengan di tempat apa yang harus mereka kenakan pada saat itu, suasana hatinya saat itu, dan siapa yang akan mereka temui, Semua ini mendukung gagasan bahwa *fashion* dan pakaian digunakan untuk mengirim pesan

tentang diri kita kepada orang lain. Mode dan pakaian juga sering digunakan untuk menunjukkan nilai atau status sosial seseorang. di mana orang sering membuat penilaian tentang nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dikenakan orang tersebut (Shinta, 2022)

Dalam tataran sosial, terdapat perbedaan gaya berpakaian antara masyarakat kelas menengah atas dan masyarakat menengah ke bawah. Bagi sebagian kelompok masyarakat menengah ke atas, pakaian merupakan hal yang sangat penting dan menjadi salah satu cara untuk menunjukkan siapa diri anda. Dalam hal mengenakan pakaian, ada standar yang dipilih oleh masyarakat kelas atas, dan juga oleh masyarakat kelas bawah.

Bagi masyarakat kelas atas tentu banyak dari mereka yang memilih menggunakan pakaian dan barang-barang aksesoris dari *brand* ternama, dan produk berkualitas dengan harga yang tidak murah merupakan pilihan utama bagi *fashion* yang mereka gunakan. Sebaliknya bagi masyarakat menengah ke bawah, mengikuti tren pakaian dan penampilan bukanlah pilihan utama mereka, mereka menggunakan barang-barang berharga murah dengan merek yang sesuai dengan apa yang disanggupi, sehingga perbandingan harga sangat disesuaikan dengan daya beli mereka (Syafriyeni, 2017)

Industri *fashion* selalu memiliki tampilan dan variasi baru. Masyarakat, khususnya generasi saat ini dirancang agar selalu terlihat modis mengikuti aturan berpakaian yang benar dan berkembang sesuai dengan industri *fashion* saat ini. Beberapa orang tentu akan mengikuti perkembangan *fashion* yang disajikan. Masyarakat akan selalu mencari cara untuk tetap mengikuti mode tetapi dengan harapan menggunakan uang yang lebih sedikit untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Maka dari itu, sebuah pilihan lain tercipta di masyarakat dengan melalui konsumsi pakaian bekas atau *second hand* yang biasa dikenal dengan istilah *thrifting*.

Kini, masyarakat tidak harus membeli pakaian yang mahal untuk tampil *fashionable*. Banyak pilihan lain yang menawarkan beragam produk yang akan menunjang penampilan anda tanpa mengeluarkan banyak uang. Sebagian masyarakat selalu berusaha tampil modis demi menjaga gaya hidup kekinian dan memilih membeli pakaian bekas karena harganya yang terjangkau. Bagi sebagian masyarakat yang ingin mengikuti gaya hidup masyarakat urban modern, membeli pakaian bekas merupakan salah satu cara untuk tampil modis.

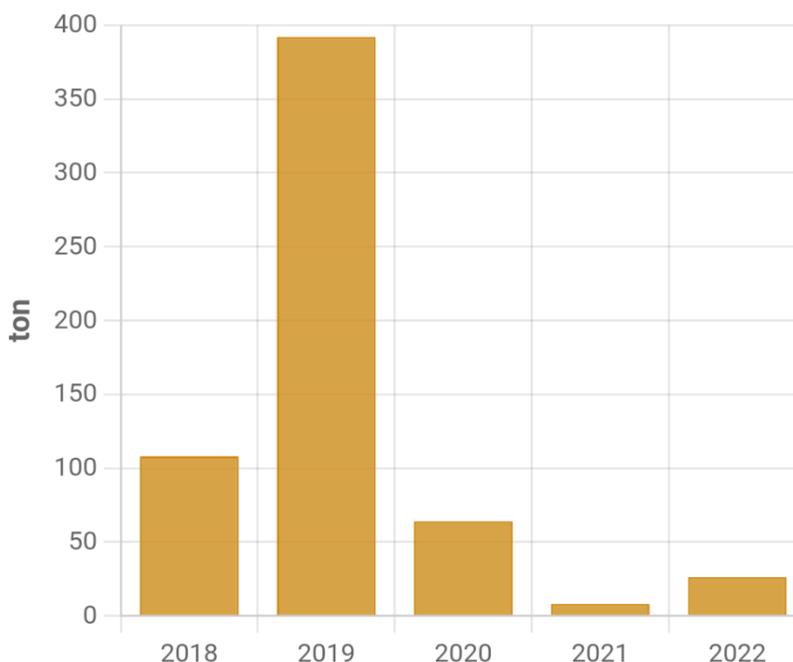
Saat ini Masyarakat menjadikan pakaian bekas sebagai pilihan untuk mendapatkan *style* yang murah dan berbeda dengan yang lainnya atau biasa dikatakan unik. Hal tersebut terjadi karena kebanyakan pakaian bekas yang dijual adalah hasil barang-barang yang didapat dari luar negeri yang berasal dari merek ternama yang tentunya tidak pasaran. Pakaian yang sudah pernah digunakan oleh orang lain sebelumnya disebut dengan *thrifting*. Pakaian bekas yang dijual biasanya memiliki harga yang lebih murah daripada pakaian yang baru sehingga dapat menghemat pengeluaran pembelinya.

Thrifting mengacu pada aktifitas pembelian tangan kedua. Secara bahasa, *thrifting* sendiri berasal dari *thrift* yang berarti berkembang. Artinya perkembangan atau kemajuan. Sedangkan istilah ekonominya sendiri adalah didefinisikan sebagai cara untuk memanfaatkan uang atau barang lain dengan baik dan efisien. Oleh karena itu, *thrifting* dapat diartikan sebagai aktivitas pembelian. Beli barang bekas untuk menghemat uang, menggunakan uang secara efisien. Namun kegiatan tersebut tidak berhenti sampai di situ. Kegiatan selanjutnya lebih dari sekedar membeli barang bekas, ini sebuah sensasi jika kalian bisa mendapatkan barang bekas yang keren dan Langkah. Mengikuti jejak sejarah, budaya *thrifting* biasanya dikaitkan dengan pakaian. Resistensi terhadap budaya konsumen *fast fashion*. Budaya *thrifting* yang menjual barang bekas sebenarnya punya misi, dan itu tersirat mengenai lingkungan hidup, dengan harapan kegiatan ini dapat mengurangi sampah tekstil berdasarkan konsep penggunaan kembali (Virgina, 2022)

Thrifting telah lahir sejak abad ke-19, pada saat itu revolusi industri telah terjadi yang membuat produksi pakaian secara besar-besaran akhirnya dilakukan. Hal ini menyebabkan harga pakaian naik. Hal tersebut mengubah prasangka masyarakat terhadap pakaian dengan harga yang sangat terjangkau yaitu barang sekali pakai atau sekali pakai. Selanjutnya, pada tahun 1920 krisis ekonomi terjadi di Amerika yang membuat masyarakat menjadi tidak mampu dalam membeli pakaian baru sehingga masyarakat menjadi membeli barang bekas. Adanya kejadian tersebut membuat industri jual-beli pakaian bekas atau dikenal dengan *thrift Buffalo Exchange* menjadi toko *thrift* pertama yang memiliki 17 cabang yang tersebar di Amerika yang kini memiliki 49 gerai (Meirlyana, 2023)

Di Indonesia saat ini fenomena *thrift* menjadi ledakan dimana-mana padahal keberadaan jual beli barang bekas ini sudah ada sejak lama. *Thrifting* mulai terkenal lagi ketika Indonesia mengalami pandemi Covid-19. Pada masa pandemi semua orang dituntut untuk bisa menghemat pengeluaran yang ada dan berfikir bagaimana cara

memperoleh penghasilan mengandalkan biaya yang minim. Semenjak saat itulah *thriftling* kembali muncul dan terkenal dikalangan anak muda terlebih mahasiswa. Di akhir tahun 2021 hingga sekarang ini usaha *thriftling* selalu berkembang dan meningkat.



Gambar 1. 1. Data Volume Dan Nilai Impor Pakaian Bekas di Indonesia 5 tahun terakhir

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), antara tahun 2018 hingga 2020, volume impor pakaian bekas justru meningkat hingga beberapa ratus ton. Bagaimana tidak, volume impor pakaian bekas yang masuk ke Indonesia pada 2022 jumlahnya meningkat 227,75 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 8 ton. Angka tersebut setara dengan Rp4,21 miliar. Negara yang mengimpor pakaian bekas tertinggi ke Indonesia adalah Jepang, totalnya mencapai 12 ton.

Fenomena *thriftling* yang terjadi di Indonesia berbeda dengan negara lain, hal ini lebih disebabkan oleh faktor lingkungan, namun lebih disebabkan oleh gaya hidup masyarakat yang ingin meningkatkan gengsinya. Keberadaan *thriftling* kini telah menjangkau berbagai generasi termasuk generasi milenial. Dilihat dari penelitian (Ghilmansyah et al., 2022) Generasi milenial di Bogor sering kali terlibat dalam kegiatan *thriftling*, dengan frekuensi rata-rata 3-4 kali per bulan. Mereka tidak ragu menghabiskan sebagian uang saku atau tabungan untuk membeli barang bekas. Aktivitas ini telah menjadi semacam kecanduan bagi mereka. Biasanya, mereka berbelanja di pasar loak seperti Pasar Senen, Pasar Santa, dan Pasar Baru yang berlokasi di Jakarta.

Selain itu, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan (Nurazizah & Firmansyah, 2023) dapat disimpulkan bahwa barang *thrift* menjadi pilihan favorit, terutama di kalangan remaja, karena harganya yang lebih terjangkau dan kualitasnya yang kompetitif. Menjual pakaian *thrift* merupakan peluang bisnis yang menjanjikan karena modal yang diperlukan sangat minim. Meskipun biaya pengiriman dan bea cukai cukup tinggi, peminat barang *thrift* di Indonesia, khususnya di Bandung, sangat banyak, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa.

Namun pada 20 Maret 2023, presiden Joko Widodo melarang impor pakaian bekas (daur ulang) yang dinilai merugikan industri tekstil tanah air. Larangan *thrifting* di Indonesia juga didasarkan pada ketentuan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 (2011) tentang Pengelolaan Barang Elektronik Bekas dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah. Berdasarkan aturan tersebut, impor barang bekas dan peralatan elektronik bekas yang sudah tidak digunakan lagi harus memenuhi standar tertentu dan diimpor oleh perusahaan yang telah mendapat izin khusus dari pemerintah. Tujuannya adalah untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat akibat limbah elektronik beracun.

Fenomena *thrift* ini dengan cepat menyebar ke berbagai daerah. Bahkan toko daur ulang pun memiliki nama yang berbeda-beda tergantung wilayahnya. Sama halnya dengan masyarakat Bandung yang menyebutnya dengan "*cimol*" atau "*Awul Awul*" pada sebagian masyarakat Jawa Timur. Selain itu, masyarakat Kalimantan Timur menyebutnya dengan "*rombengan*" dan di Makassar menggunakan penyebutan kata "*cakar*". Keberadaan *thrifting* dengan kata lain, perkembangan barang bekas telah memunculkan fenomena gaya hidup baru yang booming di kalangan masyarakat. Nilai-nilai gaya hidup berubah seiring dengan beralihnya kebiasaan berbelanja di mall ke pasar, toko, dan tempat penjualan pakaian bekas (Dwiyantoro & Harianto, 2014)

Cakar merupakan nama penyebutan bagi kegiatan *thrifting* yang ada di Sulawesi Selatan. Masyarakat setempat sudah lama mengenal istilah *cakar* di Makassar. Sebelum adanya penggunaan bahasa *thrifting* yang naik daun di masa Covid-19, masyarakat telah lebih dahulu mengenal istilah membeli barang bekas berupa pakaian maupun aksesoris lainnya dengan istilah "*Cakar*". Tempat yang sering dikunjungi bagi para peminat *thrifting* di Makassar antara lain pasar Daya, pasar Terong, pasar Mandai, pasar Maricaya, Sentral *cakar* Ratulangi, Daimaru departemen store, bursa *cakar* Borong, pasar Toddopuli, pasar layang serta menempati sepanjang pinggir jalan Hertasning dan GOR Sudiang.

Dalam penelitian berjudul *Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi* yang dilakukan oleh Mishbahhul Hayati dan Nora Susilawati (2021), dapat diketahui adanya *thrifting* yang menjadi alat sebagai presentasi diri mahasiswa yang ada di Pasar Putih Bukittinggi. Dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dengan menggunakan pakaian *thrifting* mahasiswa ingin memenuhi kebutuhan fashion mereka dengan harga yang terjangkau tetapi tetap menampilkan gaya dengan menggunakan barang yang bermerek. Mahasiswa disana menganggap jika *thrifting* merupakan jalan untuk dapat mengikuti tren agar fashion yang mereka gunakan tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Pada penelitian *Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa* yang dilakukan oleh Nika Nencyana Fadila, Raudhotul Alifah, Andhita Risiko Faristiana (2023), *thrifting* menciptakan peluang kerja bagi anak muda atau remaja dengan modal minim namun menghasilkan keuntungan yang besar. Keberadaan *thrifting* menjadi lebih populer karena dipengaruhi faktor internal yang mempengaruhi seperti semakin berubahnya gaya hidup para mahasiswa yang ingin terlihat mengikuti perkembangan zaman tetapi dengan *budget* yang tidak terlalu mahal. Adanya *thrifting* diketahui menjadi salah satu penyumbang pemulihan ekonomi di masa pandemi bagi beberapa masyarakat dan memenuhi kebutuhan berbusana di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan teori pilihan rasional milik James Coleman dengan melihat adanya peran aktor dan sumber daya. Dalam penelitian ini aktor merupakan masyarakat yang dihadapkan oleh berbagai macam pilihan sumber daya yang dalam hal ini *thrifting* yang menjadi sumber daya pilihan masyarakat.

Penelitian kali ini memilih suatu lokasi di Kota Makassar yaitu GOR Sudiang. GOR Sudiang dipilih dengan pertimbangan bahwa GOR Sudiang dianggap telah menjadi lokasi *thrifting* dengan perkembangan yang cukup pesat dari waktu ke waktu, dimana tempat ini biasanya dijadikan tempat masyarakat berburu barang *thrifting* karena memiliki harga yang terjangkau. Masyarakat dapat melihat dan memilih banyak jenis barang *thrift* baik baju, celana, jaket, topi atau bahkan sepatu dengan kualitas yang masih baik dan terkadang datang dari brand terkenal luar negeri yang harga barunya sangat tinggi sehingga kualitasnya terjamin dan pastinya tidak pasaran.

Thrift shop yang berlokasi di GOR Sudiang cukup berbeda dengan tempat *thrifting* yang lainnya, hal ini karena di GOR Sudiang memiliki beberapa kios yang telah berbentuk ruko khusus yang menjual barang *second hand* yang buka setiap hari. Selain itu, beberapa penjual *thrift* hanya hadir di waktu-waktu tertentu di hari yang berbeda. Walaupun begitu pada hari Minggu pagi mulai pukul 06.00 WITA hingga selesai yaitu

13.00 WITA semua penjual *thrift* akan buka secara bersamaan dan akan ada beberapa penjual *thrift* yang hanya datang di hari minggu saja akan datang meramaikan GOR Sudiang. Hal tersebut membuat kehadirannya sungguh dinanti masyarakat pecinta *thrifting* dari latar belakang ekonomi beragam, tua muda, laki-laki maupun perempuan, hingga dari luar daerah membaur bersama berburu baju *thrifting* dengan selera fashion nya masing-masing.

Thrifting dianggap sebagai salah satu tujuan berbelanja bagi masyarakat yang ingin mendapatkan barang-barang trendi dengan harga yang terjangkau. Dengan adanya *thrifting*, beberapa tempat berbelanja seperti pasar dan lokasi-lokasi khusus yang ramai pembeli biasanya ramai karena masyarakat ingin pergi melihat pakaian dan barang-barang *second hand* dibandingkan barang jualan yang baru tetapi memiliki harga jual yang lebih mahal dibandingkan barang yang ada di *thrift shop*.

Keberadaan *thrifting* seringkali masih menjadi perdebatan. Pemerintah sejatinya telah melarang masuknya pakaian bekas yang di impor dari luar negeri ke Indonesia. Hal ini bukan saja karena alasan Kesehatan dari pakaian yang masuk karena tidak jelas sumbernya, tetapi juga karena keberadaan barang-barang impor tentu saja dapat merusak pasar lokal yang telah ada maupun yang baru akan dirintis.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa bahwa penting untuk meneliti bagaimana "*thrifting*" sebagai pilihan rasional berbelanja di Kota Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- A. Bagaimana *thrifting* menjadi alternatif pilihan berbelanja di Kota Makassar ?
- B. Bagaimana *thrifting* mengubah perilaku masyarakat dalam berbelanja di Kota Makassar ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Untuk menggambarkan secara sosiologis mengenai *thrifting* menjadi alternatif pilihan berbelanja di Kota Makassar.
- B. Untuk menggambarkan secara sosiologis *thrifting* mengubah perilaku masyarakat dalam berbelanja di Kota Makassar

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan sosiologis terutama dibidang kajian sosiologi mengenai pilihan rasional masyarakat saat memilih *thrifting* dan perubahan perilaku berbelanja masyarakat di Kota Makassar sejak mengenal *thrifting*.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan gambaran mengenai pilihan rasional masyarakat saat memilih *thrifting* dan perubahan perilaku berbelanja masyarakat di Kota Makassar sejak mengenal *thrifting*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep *Thrift*, *Thrift*ing, dan *Thrift shop*

Masyarakat sering mendengar istilah *thrift*, *thrift*ing, dan *thrift shop*. Kata-kata ini mempunyai arti yang bermacam-macam. Jika yang dimaksud dengan "*thrift*" adalah barang bekas, maka *thrift*ing adalah kegiatan membeli barang bekas guna memperoleh barang yang berkualitas baik dan efisien serta menghemat uang. Bisa juga diartikan menghemat uang untuk berbelanja tanpa membuang-buang uang. Kata *thrift shop* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pasar loak, dan di sinilah banyak orang yang mengubah nama mereka dari toko loak menjadi *thrift shop*. Selain membuka tempat di pertokoan atau pinggir jalan, kini juga *thrift shop* sudah banyak dapat ditemukan di beberapa platform penjualan online (Fadila et al., 2023)

*Thrift*ing berarti mencari dan membeli barang bekas. Dalam hal pakaian secara umum, penghematan bertindak sebagai perlawanan terhadap fast fashion yang berorientasi pada konsumen. "*Thrift*" berarti tabungan dalam bahasa Inggris. Maksud atau tujuan sebagian orang yang melakukan kegiatan *thrift*ing adalah untuk berhemat karena harga barang bekas jauh lebih murah dibandingkan barang lainnya. Harga reguler sudah termasuk barang branded luar negeri atau impor, serta barang edisi terbatas dan sudah tidak diproduksi lagi oleh perusahaan, termasuk juga pakaian. Tujuan dari penghematan tersebut adalah untuk mendukung upaya pelestarian pencemaran dan limbah lingkungan, karena industri tekstil dan pakaian jadi merupakan salah satu penyumbang pencemaran dan limbah tekstil terbesar di dunia. Lebih lanjut, budaya hemat dipraktikkan sebagai bentuk dukungan terhadap kampanye zero waste, pengurangan dan daur ulang sampah, khususnya limbah tekstil, yang dihasilkan oleh industri fashion (Mahabarata, 2020)

*Thrift*ing mengacu pada pakaian, aksesoris, dan barang-barang fashion vintage yang erat kaitannya dengan barang-barang yang ketinggalan jaman dan tidak ketinggalan jaman. Kini, seseorang perlu eksis agar memiliki nilai lebih. Menurut McRobbie, keberadaan pakaian bekas menimbulkan surplus produk yang tidak kehilangan nilai manfaatnya meskipun pemilik aslinya sudah tidak menginginkannya lagi (McRobbie, 2018). Masyarakat yang memilih melakukan *thrift*ing atau berbelanja pakaian bekas memiliki persepsi jika membeli barang bekas memberikan nilai guna ekonomis untuk mereka karena harga yang diberikan lebih terjangkau daripada pakaian

atau barang baru yang lebih mahal dengan perbandingan barang yang masih baik untuk digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari maupun untuk menghadiri suatu acara.

A. Perubahan Perilaku Berbelanja sebagai Akibat Perubahan Sosial

a. Perubahan sosial

Perubahan sosial merujuk pada transformasi yang terjadi dalam suatu masyarakat, mencakup perubahan dalam struktur, sistem, dan organisasi sosial. Perubahan ini muncul sebagai hasil dari modifikasi pola-pola kehidupan manusia, yang dipengaruhi oleh kebutuhan internal dan eksternal masyarakat itu sendiri. Perubahan tersebut bersifat kontinu, menjadikannya sebagai fenomena yang kompleks yang melibatkan berbagai tahapan dalam kehidupan sosial.

Menurut William Ogburn pengertian perubahan sosial harus dengan memberikan batasan terhadap ruang lingkup perubahan tersebut. Ogburn mengemukakan bahwa perubahan sosial melibatkan unsur-unsur kebudayaan, baik yang bersifat materil maupun immateril. Perubahan tersebut terjadi karena adanya kondisi teknologis seperti majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang mempengaruhi pola pikir masyarakat. Perubahan sosial terjadi karena beberapa faktor yang berasal dari faktor internal dan faktor eksternal masyarakat (Goa, 2017)

b. Konsep Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku dapat dijelaskan sebagai suatu konsep terkait risiko. Tingkat keparahan risiko menentukan bagaimana individu mengalami perubahan perilaku. Umumnya, apabila seseorang menyadari adanya risiko terhadap kesehatan, mereka secara sadar akan berupaya menghindari risiko tersebut (Ridwan, 2018)

Fenomena *thrifting* yang terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat di kota Makassar merupakan salah satu bentuk perubahan sosial yang berdampak kepada perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja yang terjadi di masyarakat. Dalam fenomena ini, diketahui jika *thrifting* bukan hanya digandrungi oleh masyarakat dengan ekonomi rendah saja tetapi juga masyarakat dengan ekonomi menengah hingga atas. Perubahan yang terjadi pada fenomena *thrifting* merupakan bentuk perubahan yang terjadi secara cepat, apalagi diketahui sejak masuknya virus Covid-19 mulai banyak bermunculan online shop *thrifting* yang membuat masyarakat kini sudah tidak asing lagi dengan fenomena ini. Fenomena *thrifting* termasuk kedalam perubahan yang dikehendaki. Hal ini terjadi karena keberadaannya telah diperkirakan oleh masyarakat dan telah direncanakan untuk tetap ada oleh pihak-pihak yang hendak mengadakan perubahan di dalam masyarakat. Adanya perubahan tersebut terjadi karena berbagai faktor yang berasal dari faktor internal dan faktor eksternal masyarakat kota Makassar.

B. Fenomena *Thrifting* sebagai Gaya Hidup

Kegiatan *thrifting* telah ada sejak lama dengan penggunaan nama yang berbeda-beda setiap daerahnya. Baru-baru ini *thrifting* kembali digandrungi oleh masyarakat. Berbeda dari situasi sebelumnya, pembelian barang bekas kini bukan hanya dipinggir jalan saja tetapi telah merambah ke ruko-ruko dan ranah online, yakni melalui platform media sosial. Aktifitas *thrifting* ini sebenarnya merupakan metode belanja yang bertujuan untuk efisiensi pengeluaran, tetapi dalam penerapannya saat ini *thrifting* bukan hanya digandrungi oleh masyarakat kelas bawah saja tetapi juga menengah hingga atas. Gaya hidup yang diikuti oleh generasi milenial saat ini selalu mengikuti trend yang ada. *Thrifting* kini menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam berbelanja pakaian.

Pasar loak yang ada di Indonesia tidak terlepas keberadaannya dari keberadaan *thrifth* shop yang terbangun mulai tahun 1760-1840-an. Mass production of clothing mulai diperkenalkan sejak abad ke-19. Adanya kegiatan tersebut mulai mengubah cara pandang orang-orang tentang fashion. Pada abad ke-19 era *thrift shop* tumbuh dengan cepat. Harta benda mulai lebih banyak dibuang saat pertumbuhan populasi perkotaan meningkat dan ukuran ruang hidup menjadi menyusut. Selain memperbaiki sistem pembuangan limbah pakaian, toko barang rongsokan bermunculan selama periode ini untuk menemukan kegunaan baru atas barang-barang tersebut. (Mahabarata, 2020)

Dahulu barang bekas atau barang *thrift* ini biasa digunakan oleh para pendatang. Dan pada tahun berikutnya, Salvation Army menemukan barang-barang bekas ini akan digunakan sebagai sumbangan. Mereka membangun sebuah tempat bernama Salvage Bridge. Pada tahun 1897, orang-orang pada saat itu berpikir bahwa mereka dapat menyumbangkan pakaian bekas dan pakaian tambahan mereka.

Selama masa kesulitan, pada tahun 1920an, krisis yang meluas terjadi di Amerika Serikat yang mengakibatkan banyak orang yang melakukan kegiatan membeli barang bekas. Pada saat itu, pengangguran dan jatuhnya Bursa Efek New York adalah hal yang paling penting. Rakyat saat itu bahkan tidak sanggup untuk membeli baju baru sehingga pilihan opsi yang dimiliki adalah dengan membeli pakaian dari toko barang bekas. Sedangkan bagi para orang kaya ini adalah tempatnya untuk mereka melakukan sumbangan.

Selama beberapa tahun berikutnya, *thrifting* akhirnya menjadi sebuah rutinitas. Di masyarakat saat itu, hal tersebut menjadi tren hingga saat ini. Kebiasaan memakai pakaian barang bekas kembali menjadi tren dan kini disebut *thrifting* (Ghilmansyah et al., 2022). Di negara lain para pemilik *thrift shop* biasanya memiliki toko untuk berjualan.

Tidak seperti yang biasa dilihat di Indonesia, barang dan pakaian yang mereka jual belikan dipajang dengan rapi sehingga tak jarang terlihat seperti pakaian yang baru.

Sebaliknya di Indonesia, Diperkirakan pengenalan *thrifting* terjadi secara besar-besaran pada tahun 1997 dan 1998. Indonesia saat itu sedang menghadapi krisis mata uang. Mereka menyerbu dan menyebar ke beberapa wilayah Indonesia, dan hingga saat ini *thrifting* masih menjadi trend dan penggemar fashion dari *thrifting* pun semakin bertambah.

Di Indonesia keberadaan *thrifting* memiliki penamaan yang berbeda-beda setiap daerahnya. Salah satu daerah yang tidak terlepas dari merambahnya fashion *thrifting* adalah Sulawesi Selatan. Di Sulawesi Selatan khususnya di kota Makassar masyarakat menyebut *thrifting* dengan istilah cakar.

Berasal dari informasi masyarakat yang mengetahui bagaimana sejarah sebenarnya mengenai keberadaan cakar melalui mulut ke mulut. Keberadaan cakar awal mulanya dikenal di Kabupaten Sidrap di kota Pangkajene. Saat itu barang yang diterima hanya berupa baju-baju kemeja yang diterima dari luar negeri yang masuk di kota parepare.

Baju yang biasanya diterima berbentuk karung atau biasa disebut bal. dalam satu karung berisi 300 potong kemeja bekas yang diterima dengan kondisi disegel. Pakaian bekas yang diterima dalam bentuk karung tersebut akhirnya disebut sebagai pakaian "Cap Karung". Dalam perkembangannya, istilah "Cap Karung" untuk pakaian bekas tersebut berubah menjadi "Cakar". Penyederhanaan istilah ini dianggap pas karena awal perdagangan pakaian bekas ini melibatkan pembeli yang berusaha keras untuk memilih pakaian yang baik ketika baru dibuka dari karung dengan cara berebut hingga saling cakar (Aswadana et al., 2022)

Keberadaan sebuah *thrifting* pasti tidak terlepas dari beberapa faktor-faktor yang menjadi alasan mengapa banyak masyarakat yang memilih untuk melakukan *thrifting* daripada membeli baju baru. Bagi Masyarakat gaya berpakaian merupakan hal yang penting karena menyangkut pandangan pertama dari penampilan seseorang. Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya *thrifting* sebagai pilihan fashion di Masyarakat :

a. Faktor harga yang terjangkau

Faktor ekonomi terutama berkaitan dengan faktor ekonomi keluarga, eksistensi keluarga. Semakin tinggi pendapatan maka semakin besar hubungan antara tingkat pendapatan dengan tingkat konsumsi seseorang. Semakin tinggi pendapatan seseorang makan individu akan mengkonsumsi lebih banyak lagi. Hal tersebut tentu berpengaruh

pada kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder, bahkan terkadang merupakan hal yang sebenarnya tidak kita butuhkan juga untuk dikonsumsi. Studi tersebut menemukan adanya korelasi antara tingkat pendapatan seseorang terhadap uang belanja seseorang. Semakin tinggi pendapatan maka semakin banyak pula uang yang dipegang maka konsumsinya juga meningkat. Namun lain ceritanya jika anda memiliki penghasilan yang kurang dan maka uang jajan yang dikeluarkan pula akan sedikit sehingga juga mempengaruhi polanya konsumsi (Hayati & Susilawati, 2021)

Melakukan *thriftling* merupakan salah satu alternatif jika masyarakat menginginkan pakaian atau barang-barang yang memiliki kualitas yang tinggi tetapi dengan harga yang terjangkau atau lebih murah daripada barang baru. Barang yang dibeli dari *thriftling* juga tetap membuat sang pemakai terlihat berpenampilan menarik dan orang lain melihatnya sebagai sesuatu yang bagus walau tidak mengetahui barang tersebut merupakan barang *thriftling*.

b. Faktor barang yang unik

Tindakan Masyarakat untuk membeli barang *thriftling* juga biasanya dengan alasan barang yang dijual merupakan barang yang unik dan limited edition. Tindakan rasionalitas instrumental didasarkan pada alasan Masyarakat menggunakan pakaian bekas dengan tujuan untuk tampil beda dengan menggunakan pakaian bekas dengan model pakaian yang terbatas (Dwiyantoro & Harianto, 2014)

Dimasyarakat, Saat mengenakan pakaian modis kita seringkali menemukan pakaian yang sama dikenakan oleh orang-orang disekitar kita. Oleh karena itu, terkadang kita merasa malu jika mempunyai model yang sama dengan orang disekitar. Maka *thriftling* menjadi pilihan yang menarik untuk membeli pakaian maupun barang yang unik dan berbeda dengan selera pasar. Salah satu style yang banyak disukai masyarakat ialah korean style, vintage, dan oldies.

c. Faktor lingkungan sekitar

Seseorang biasanya akan mudah terpengaruh dan mengikuti gaya hidup lingkungan sekitarnya yang biasanya berasal dari keluarga, teman, maupun hal-hal yang lewat disekitar mereka seperti di media sosial dan media massa. Orang-orang terdekat yang mereka miliki akan memberi saran tentang apa yang sedang mereka gunakan dan biasanya saran tersebut akan lebih didengar dalam hal memilih dan membeli karena telah melihat orang terdekat kita menggunakannya.

Pengaruh ini sangat besar, dan orang yang menyukai pakaian bekas tanpa disadari dapat mempengaruhi orang lain meskipun mereka melihat kelebihan dari pakaian bekas, seperti harganya yang relatif murah dan modelnya yang langka, karena

hal itu akan terjadi. Anda membeli gairah dan keinginan. Untuk meniru. Banyak orang yang mempercayainya, biasanya karena diposting oleh teman atau influencer, dan fenomena *thrifting* ini kembali populer.

d. Faktor kepedulian terhadap limbah tekstil

Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab munculnya *thrift shop* karena adanya faktor kepedulian terhadap lingkungan. Perkembangan fashion terjadi hampir setiap hari, disadari maupun tidak disadari inovasi baru memandu pabrik tekstil yang berkelanjutan. Mereka menciptakan hal-hal baru dan memproduksi pakaian setiap hari. Tentu saja dengan dilakukannya pekerjaan tersebut, maka hal itu akan terus meningkat dan akhirnya menjadi limbah tekstil. Ada beberapa pernyataan bahwa sampah merupakan penghasil sampah terbesar di muka bumi. Kehadiran toko barang bekas dan proses daur ulang mengurangi limbah tekstil sebab kegiatan ini memungkinkan pakaian bekas didaur ulang dan dijual kembali dalam bentuk lain yaitu dengan adanya toko *thrifting*. Oleh karena itu, fenomena *thrifting* tidak bisa diabaikan karena dapat mengurangi limbah tekstil yang dihasilkan di dalam pabrik (Fadila et al., 2023)

2.2 Tinjauan Teori Pilihan Rasional

Rasionalitas merupakan prinsip mendasar yang awalnya diperkenalkan oleh Weber ketika dia mengklasifikasikan berbagai jenis tindakan sosial. Dalam konsepnya, Weber menyatakan bahwa tindakan yang rasional terkait dengan pertimbangan yang sadar terhadap pilihan yang diambil oleh individu. Pada konteks ini, rasionalitas diartikan sebagai sesuatu yang masuk akal (Doyle, 1994)

James S. Coleman dalam buku Teori sosiologi: dari sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir post modern menjelaskan bahwa orientasi dasar dari pilihan rasional menurut Coleman bahwa individu bertindak dengan kesengajaan menuju tujuan tertentu, yang dipandu oleh nilai-nilai atau preferensi mereka. Namun, Coleman kemudian berargumen bahwa untuk keperluan teoretis yang lebih luas, dia memerlukan suatu konseptualisasi yang lebih terperinci tentang aktor rasional yang berasal dari ekonomi, yakni konsep di mana aktor membuat pilihan untuk tindakan yang dapat memaksimalkan keuntungan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (George Ritzer, 2012)

Teori pilihan rasional yang dikemukakan oleh Coleman dapat menjadi teori yang mengkaji keterkaitan sebuah pilihan rasional dengan fenomena *thrifting* melalui cara individu mengambil keputusan secara logis terkait pembelian barang bekas. Dalam hal

thrifting, teori ini bisa dipakai untuk memahami motivasi dan alasan di balik minat seseorang membeli barang bekas atau second-hand.

Ada dua komponen kunci dalam teori pilihan rasional Coleman yaitu aktor dan sumber daya. Sumber daya merupakan elemen-elemen yang dikuasai oleh para aktor dan menjadi fokus perhatian mereka. Dikarenakan hubungan antara kedua komponen tersebut, terbentuklah suatu sistem tindakan. Struktur ini, bersama dengan kenyataan bahwa para aktor memiliki tujuan untuk maksimal dalam mewujudkan kepentingan mereka masing-masing, menciptakan sebuah sifat saling ketergantungan atau sistemik dalam tindakan-tindakan yang mereka lakukan (George Ritzer, 2012)

Asumsi yang ada pada konsep teori pilihan rasional yaitu tindakan yang dilakukan oleh manusia memiliki maksud dan tujuan yang dipandu oleh sebuah hierarki untuk menetapkan preferensi dalam pilihan rasional, yaitu:

- a. Preferensi, aktor memainkan peran kunci dalam menentukan evaluasi terhadap preferensi atau pilihan terkait tindakan yang akan diambil.
- b. Perhitungan, aktor melakukan perhitungan terhadap setiap biaya yang terkait dengan setiap jalur perilaku.
- c. Pemanfaatan, aktor berupaya secara optimal memanfaatkan sumber daya untuk mencapai pilihan tertentu (Damsar, 2018)

Dalam teori pilihan rasional, dua elemen kunci yang memiliki peran penting yaitu para aktor (individu atau kelompok yang terlibat dalam pengambilan keputusan) dan sumber daya (komponen yang menjadi fokus perhatian para aktor). Saat teori ini diterapkan pada fenomena *thrifting*, kedua elemen ini memiliki relevansi yang signifikan.

Para aktor dalam konteks *thrifting*, aktor-aktor mengacu pada individu atau kelompok yang terlibat dalam proses pemilihan dan pembelian barang bekas. Ini mencakup mereka yang aktif mencari barang bekas untuk dibeli dari para penjual yang menawarkan barang bekas, dan mungkin juga komunitas yang terlibat dalam praktik *thrifting*. Melalui analisis yang menggunakan sudut pandang pilihan rasional, upaya dilakukan untuk memahami alasan dan tujuan di balik keputusan mereka dalam memilih barang bekas, seperti mempertimbangkan harga, kualitas, atau keunikan barang. Sedangkan sumber daya dalam konteks *thrifting* mengacu pada barang-barang bekas yang menjadi objek dalam kegiatan pembelian. Ini meliputi berbagai barang yang dijual di toko barang bekas atau platform online, seperti pakaian, perabotan, buku, dan item

lain yang sudah digunakan sebelumnya. Bagi para aktor yang terlibat, sumber daya ini menjadi fokus utama dalam proses pengambilan keputusan mereka.

Dengan menggunakan teori pilihan rasional, kita dapat mengobservasi bagaimana para aktor yang terlibat dalam *thrifting* membuat keputusan berdasarkan pertimbangan rasional terkait dengan sumber daya yang tersedia, termasuk pertimbangan harga yang lebih terjangkau, kualitas barang, nilai keunikan, dan kebutuhan pribadi mereka. Dalam menganalisis fenomena *thrifting*, pemahaman atas kedua elemen ini dapat membantu kita menjelaskan motif dan keputusan di balik aktivitas pembelian barang bekas.

2.3 Penelitian Terdahulu

Di Indonesia, fenomena *thrifting* kian berkembang seiring dengan perkembangan *fashion* yang juga semakin modern. Oleh karena itu, *thrifting* sudah menjadi hal yang tidak asing dalam kehidupan Masyarakat saat berbelanja barang-barang berupa pakaian, tas, sepatu, topi, dll. Di bawah ini, disajikan tabel berisi beberapa penelitian terdahulu mengenai fenomena *thrifting* dalam kehidupan sosial masyarakat di kota makassar (studi kasus berbelanja “*cakar*” di GOR Sudiang Kota Makassar) yang topiknya dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Penulis Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Dan Teori	Hasil Penelitian
Ghea Sesaria Virgina (2022)	Fenomena <i>Thrifting</i> Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya	Kualitatif deskriptif dan menggunakan teori budaya populer	Motivasi penggemar <i>thrifting</i> bisa bervariasi, mulai dari misi lingkungan hingga penghematan biaya. Namun, di Indonesia, pemahaman terhadap trend ini masih terbilang jarang. Alasan harga terjangkau menjadi daya tarik utama, sementara pemakaian pakaian bekas memberikan kebanggaan

			tersendiri bagi pengguna, dan memberikan rasa percaya diri.
Nika Nencyana Fadila, Raudhotul Alifah , Andhita Risko Faristiana (2023)	Fenomena <i>Thrifting</i> Yang Populer Dikalangan Mahasiswa	Kualitatif deskriptif	Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan popularitas <i>thrifting</i> terdiri dari faktor internal, seperti pekerjaan, gaya hidup, dan keinginan individu, serta faktor eksternal, seperti pengaruh sosial, lingkungan, kualitas, dan harga. <i>Thrifting</i> juga memiliki manfaat, termasuk penghematan biaya, akses pada barang berkualitas, kontribusi terhadap pemulihan ekonomi di masa pandemi, serta memenuhi kebutuhan hidup dan berbusana di kalangan mahasiswa.
Mishbahhul Hayati, Nora Susilawati (2021)	<i>Thrifting</i> Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi	Kualitatif dan menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mendorong mahasiswa untuk melakukan <i>thrifting</i> sebagai representasi diri meliputi: 1) Menampilkan gaya dengan menggunakan barang bermerek. 2) Memenuhi kebutuhan fashion dengan harga yang terjangkau. 3) Mendapatkan penampilan yang unik dalam lingkungan mereka. 4) Mengikuti tren agar tetap relevan dengan perkembangan zaman.
Nella Linggar Adji1, Dyva Claretta (2023)	Fenomena <i>Thrift shop</i> Dikalangan Remaja:	Kualitatif deskriptif dan menggunakan	Hasil jurnal ini menjelaskan bahwa adaptasi " <i>Thrift shop</i> " telah menjadi bagian vital dalam budaya remaja di Surabaya. Dalam

	Studi Fenomenologi tentang <i>Thrift shop</i> di Kalangan Remaja Surabaya	teori fenomenologi dari Alferd Schutz.	pendekatan fenomenologi, studi ini menegaskan bahwa minat remaja terhadap <i>thrift shop</i> didorong oleh motif gaya berpakaian, harga yang terjangkau, dan karakteristik unik produk yang dijual. Dampak fenomena ini juga terlihat pada kecenderungan perilaku konsumtif di antara remaja Surabaya, yang dipengaruhi oleh eksposur media sosial dan menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya umum.
Nevi Ristiani(2022)	Fenomena <i>Thrifting Fashion</i> Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung)	Kualitatif dan menggunakan teori konsumerisme dari Jean Baidrillard.	Selama pandemi COVID-19, kegiatan <i>thrifting</i> menjadi tren di kalangan anak muda, termasuk mahasiswa. <i>Fashion</i> tidak hanya menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, tetapi juga menjadi media komunikasi dan ekspresi diri, terutama bagi mahasiswa. Gaya hidup <i>fashion</i> mahasiswa meningkatkan konsumsi pakaian, namun kondisi ekonomi yang sulit selama pandemi mendorong mereka mencari alternatif dengan berbelanja pakaian bekas (<i>thrifting</i>).

Sumber: Hasil studi pustaka, 2023

Berdasarkan lima penelitian terdahulu yang ada di atas. Kelima penelitian diatas memiliki tema yang sama yakni mengenai fenomena *thrifting* yang populer di Masyarakat. Perbedaan yang jelas dari kelima penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dari teori yang digunakan yaitu penggunaan teori

pilihan rasional. Selain itu, tempat pengambilan sumber data juga merupakan tempat baru yang belum pernah diteliti sebelumnya yaitu di GOR Sudiang Kota Makassar

Tabel 2. 2. Posisi Penelitian Penulis

No.	Aspek	Penelitian Terdahulu	Rencana Penilitan Penulis
1.	Fokus Penelitian	<p>1. Fenomena <i>Thriftifing</i> Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya : Penelitian ini berfokus pada <i>thriftifing</i> yang menjadi budaya populer dikalangan masyarakat kota Surabaya sebagai sebuah <i>trand fashion</i>.</p> <p>2. Fenomena <i>Thriftifing</i> Yang Populer Dikalangan Mahasiswa : Penelitian ini fokus kepada mencari tau hubungan antara gaya hidup dengan adanya <i>thriftifing</i> beserta faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan popularitas <i>thriftifing</i>.</p> <p>3. <i>Thriftifing</i> sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi : Penelitian ini berfokus kepada alasan mahasiswa memilih untuk melakukan <i>thriftifing</i> sebagai representasi diri.</p> <p>4. Fenomena <i>Thrift shop</i> Dikalangan Remaja Studi Fenomenologi tentang <i>Thrift</i></p>	<p>Pada penelitian yang akan dilakukan, penulis berfokus pada pembahasan mengenai pilihan rasional masyarakat saat memilih <i>thriftifing</i> dan perubahan perilaku berbelanja masyarakat di Kota Makassar sejak mengenal <i>thriftifing</i>.</p>

		<p><i>shop</i> di Kalangan Remaja Surabaya : Fokus dari penelitian ini adalah untuk melihat minat remaja terhadap <i>thrift shop</i> dan dampak yang dihasilkan dari belanja <i>thrifting</i>.</p> <p>5. Fenomena <i>Thrifting</i> Fashion Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung): Penelitian ini berfokus untuk melihat bagaimana perkembangan <i>thrifting</i> dimasa pandemi Covid-19</p>	
2.	Unit Analisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fenomena <i>Thrifting</i> Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya: Sumber data berasal dari masyarakat yang berkunjung ke pasar tersebut, juga dari pedagang, tukang parkir, atau pengelola dan penanggung jawab pasar 2. Fenomena <i>Thrifting</i> Yang Populer Dikalangan Mahasiswa: Sumber data berasal dari Mahasiswa yang melakukan kegiatan <i>thrifting</i> di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 3. <i>Thrifting</i> Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi: Sumber 	Penelitian ini akan dilakukan pada individu yang sedang melakukan <i>thrifting</i> di GOR Sudiang, Kota Makassar.

		<p>data didapatkan dari Mahasiswa yang melakukan <i>thrifting</i> di Pasar Putih Bukittinggi.</p> <p>4. Fenomena <i>Thrift shop</i> Dikalangan Remaja Studi Fenomenologi tentang <i>Thrift shop</i> di Kalangan Remaja Surabaya: Sumber data berasal dari remaja yang melakukan <i>thrifting</i> di Surabaya.</p> <p>5. Fenomena <i>Thrifting</i> Fashion Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Universitas Lampung): Sumber data berasal dari mahasiswa yang menggunakan <i>thrifting</i>.</p>	
--	--	---	--

Sumber: Hasil analisis penulis, 2023

2.4 Kerangka Konsep

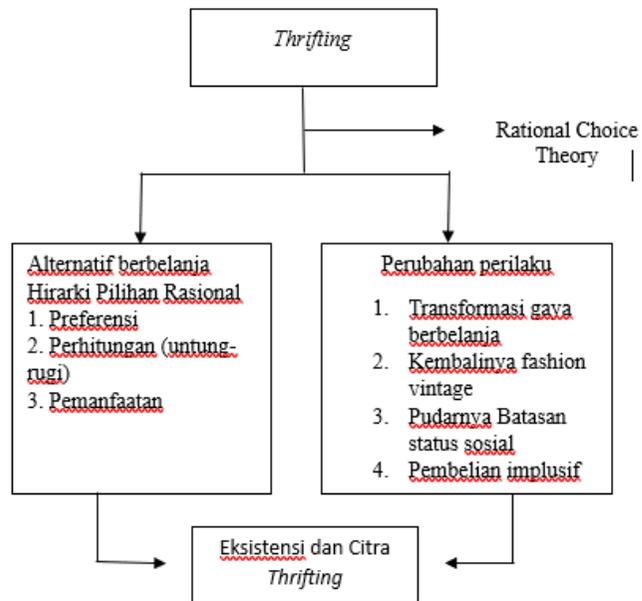
Thriftling merupakan kegiatan membeli pakaian dan barang bekas yang sudah pernah digunakan oleh orang lain (Aswadana et al., 2022). Kegiatan *thriftling* kini tengah digemari oleh berbagai kalangan yang ada di Masyarakat. Kegiatan *thriftling* merupakan kegiatan yang banyak menarik perhatian orang-orang dalam dunia fashion. Mulai dari kalangan remaja hingga kalangan dewasa yang banyak memilih melakukan *thriftling* karena barang yang ditawarkan memiliki harga yang lebih murah dan memiliki pilihan gaya atau model pakaian dan barang yang unik dan Langkah.

Saat ini *thriftling* sudah menjadi sebuah alternatif berbelanja di masyarakat. Untuk menjawab rumusan masalah pertama maka penulis akan melihat dari hierarki pilihan rasional yang ada di teori pilihan rasional. Selain pertanyaan tersebut, pertanyaan mengenai perubahan perilaku berbelanja apa yang terjadi pada masyarakat di Kota Makassar sejak mengenal *thriftling* muncul sebagai akibat dari fenomena ini.

Untuk menjawab rumusan masalah yang ada, penulis menggunakan teori pilihan rasional untuk menggambarkan keberadaan fenomena tersebut. Teori pilihan rasional merupakan suatu konsep tentang bagaimana seseorang membuat keputusan berdasarkan preferensi pribadi mereka. Dalam pelaksanaan tindakannya, terdapat dua komponen kunci dalam fenomena *thriftling* ini yaitu aktor yang merupakan masyarakat dan sumber daya yang tersedia yaitu berupa *thriftling*.

Keberadaan *thriftling* sebagai sebuah alternatif berbelanja pada akhirnya menimbulkan sebuah perubahan perilaku berbelanja dalam masyarakat. Dahulu masyarakat saat berbelanja akan memilih menggunakan hasil industri lokal, tetapi kini masyarakat sudah banyak yang memilih untuk menggunakan barang *thriftling*. Maka dalam rumusan kedua, perubahan perilaku berbelanja dalam masyarakat tersebut akan dianalisis dengan menggunakan hirarki pilihan rasional yaitu pertama preferensi bagaimana seorang aktor menentukan pilihannya saat memilih untuk berbelanja *thriftling* daripada berbelanja dari barang-barang industri lokal. Selanjutnya perhitungan, dalam perhitungan ini penulis ingin melihat bagaimana sang aktor melakukan perhitungan untung dan rugi terkait pilihannya memilih melakukan *thriftling*. Terakhir, pemanfaatan yaitu bagaimana sang aktor memanfaatkan sumber daya yang tersedia yaitu barang *thrift* dan uang yang sang aktor miliki.

Berikut lebih jelasnya dapat kita lihat dari kerangka konseptual dibawah ini.



Gambar 2. 1. Kerangka Konsep