

ANALISIS PERKEMBANGAN BARANG IMPORT THRIFTING DI NARA THRIFT STORE CIMAH

Firda Nurazizah^{1*}, Ricky Firmansyah²

Prodi Manajemen, Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia^{1,2}

E-mail: firdanurazizahalsyibani@gmail.com¹, ricky@ars.ac.id²

ABSTRAK

Di masa sekarang fashion merupakan kebutuhan setiap orang yang bersifat penting karena fashion dinilai mampu menggambarkan sifat seseorang. Hadirnya thrift shop menjadikan salah satu alternatif khususnya para remaja untuk bisa mendapatkan fashion sesuai selera. Kualitas yang ditawarkan oleh penjual thrift shop tak kalah saing dengan pakaian baru lainnya. Hal ini lah yang perlahan merubah cara pandang masyarakat pada pakaian thrift. Peluang usaha thrift pun semakin terbuka lebar seiring permintaan dan minat yang berkembang pesat dikalangan masyarakat khususnya remaja. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan di Nara Thrift, salah satu toko yang menyediakan pakaian thrift di daerah Cimahi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena sifatnya lebih detail dan mendalam terhadap data yang diperoleh. Penelitian ini juga berfokus pada kualitas secara langsung dari narasumber yang dapat menggambarkan pandangannya secara realistis terhadap perkembangan thrifting. Memulai usaha untuk berjualan barang thrift merupakan sebuah peluang usaha yang menjanjikan. Dimana harga modal yang sangat minim meskipun memerlukan biaya pengiriman dan bea cukai yang lebih tinggi akan tetapi peminat barang thrifting khususnya di cimahi sangatlah banyak terutama di kalangan remaja dan mahasiswa. Thriftshop menjadi salah satu pilihan alternatif fashion.

Kata Kunci: *Fashion; Import; Kualitas; Peluang; Thrift*

ABSTRACT

Taxes are needed to finance the development of a country, including Indonesia. However, the successful performance of achieving the realization of tax revenue targets in Indonesia is not an easy effort to do. This is reflected in Indonesia's tax ratio which is still very small. Therefore, research on factors that can affect the success of tax revenue performance is very important to do. The purpose of this study is intended to examine the effect of socialization, supervisory activities and the level of compliance with tax revenue growth. The data used are panel data and the analysis method used, namely quantitative data analysis methods, where samples are taken from the organizational performance value report of the Regional Office of the Directorate General of Taxes for 2018 to 2022. This study expands the object of research generally carried out by previous researchers at the level of the Tax Service Office into an office unit with a larger scope, namely the Regional Office of the Directorate General of Taxes. The results showed that socialization, supervision and compliance levels affect tax revenue growth.

Keywords: *Fashion; Import; Quality; Chance; Thrift*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Industri fashion selalu menghadirkan tampilan baru yang ragamnya bermacam-macam (Suarningsih et al., 2021). Para remaja utamanya mahasisiwi berbondong bondong untuk terlihat modis dengan mengikuti tren fashion sesuai dengan perkembangan yang dihadirkan oleh industri fashion (Tantilofa, 2023). Sebagian orang akan mencari cara untuk tetap terlihat modis namun dengan modal yang minimal untuk memaksimalkan pencapaian tujuan yang telah mereka tetapkan. Alternatif atau cara yang ditempuh yakni melalui konsumsi pakaian bekas atau fashion thrift yang lebih dikenal dengan istilah thrift shopping (Suarningsih, 2022)

Dikutip dalam jurnal (Putri, 2022) Thrifting adalah sebuah kegiatan mencari dan membeli barang bekas. Thrift umumnya bergerak di komoditi sandang sebagai perlawanan terhadap fast fashion yang konsumtif. “*Thrift*” dalam bahasa Inggris memiliki arti penghematan. Tujuan dan maksud dari sebagian masyarakat yang melakukan kegiatan thrifting ialah untuk penghematan, karena barang thrift memiliki harga yang jauh lebih murah dibanding harga normal, termasuk barang bermerek yang berasal dari luar negeri atau impor, atau bahkan barang maupun pakaian limited edition yang sudah tidak diproduksi oleh perusahaan. Tujuan thrifting ialah membantu dalam upaya penghematan polusi atau limbah karena industri tekstil dan pakaian merupakan salah satu pemasok polusi dan limbah tekstil terbesar di dunia. Selain itu budaya thrifting dilakukan sebagai bentuk dukungan terhadap kampanye *zero waste* yakni pengurangan dan pemanfaatan sampah, terutama sampah tekstil yang diakibatkan oleh industri fashion (Mahabarata, 2020).

Semakin populernya thrift shopp ini menjadikan banyak orang melihat peluang usaha didalamnya khususnya kaula muda. Mencari peluang baru artinya mau belajar yang baru, mencari alternatif baru, dan mencari cara-cara baru (Muhammad Al Farissy, 2022).

Membuka suatu usaha akan selalu berkaitan dengan manfaat sekaligus risikonya sendiri. Oleh sebab itu, diperlukan persiapan yang matang sebelum terjun untuk memulai suatu usaha yang baru. Perencanaan bisnis dan strategi manajemen risiko yang baik akan mampu meminimalisir terjadinya kerugian besar. Selain itu, adanya dukungan kemampuan dalam berwirausaha dan pengetahuan yang memadai akan sangat membantu dalam memulai perjalanan menjadi seorang businessman unggul (Mulyana, 2022)

Nara's thrift shopp merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang fashion produk barang thrift. Produk yang ditawarkan berupa celana import seperti jeans, denim, tartan, cargo dan corduroy. Bisnis ini dipilih karena adanya trend fashion yang mana perkembangannya sedang pesat saat ini.

Thrifting dinilai sebagai penghematan terutama bagi kaum muda yang masih mengandalkan penghasilan orang tua atau masih memiliki penghasilan pas-pasan, karena dengan membeli barang pakaian yang sudah pernah dipakai (*second - hand*) atau barang sisa namun dengan kualitas yang masih sangat layak untuk digunakan kembali. Bagi para generasi muda remaja yang menyadari untuk mengikuti trend mode yang terbaru, yang tentunya diperlukan uang yang tidak sedikit. Dengan hadirnya *thrift* menjadi alternatif yang banyak diminati karena terkesan bisa mendapatkan produk berkualitas dengan harga miring.

Dari uraian yang disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ‘Analisis Perkembangan Barang *Import Thrifting* di Nara Thrift Store Cimahi’.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena sifatnya lebih detail dan mendalam. Dalam penelitian ini berfokus pada kualitas secara langsung dari narasumber yang dapat menggambarkan pandangannya secara realistis. Dengan menggunakan teknik analisis 5W+1H untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang terjadi. *What* yaitu apa itu bisnis Nara's thrift shop dan apa tujuan bisnis ini didirikan, *why* yaitu kenapa memilih bisnis ini, *when* yaitu sejak kapan bisnis ini didirikan, *who* yaitu siapa yang menjadi target pasar dari Nara's thrift shop ini, *where* yaitu dimana bisnis ini didirikan dan yang terakhir *how* yaitu bagaimana strategi pemasaran dari Nara's thrift shop. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dan studi literatur. Wawancara yang dilakukan ialah terhadap pemilik bisnis Nara's shop sendiri dengan mengajukan pertanyaan yang terstruktur dan terorganisir. Serta data tambahan diambil dari konsumen thrifting dan juga distributor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Thrift shop adalah sebuah bisnis yang saat ini sedang naik daun dan sedang banyak diminati serta dapat dengan mudah ditemukan di Instagram, Twitter, Facebook, dan marketplace. Bisnis ini termasuk bisnis dengan modal yang minim tapi dapat memberikan keuntungan besar. Untung tersebut didorong oleh banyaknya minat anak muda jaman sekarang untuk membeli barang dari thrift shop. Barang yang dijual ataupun dibeli sangatlah beragam mulai dari baju sampai barang antik. Trend untuk membeli barang bekas muncul sebagai alternatif untuk membeli barang bermerk dengan harga yang cukup terjangkau. Selain itu, berbelanja di thrift shop bisa menghemat pengeluaran.

Pemasaran merupakan salah satu proses bisnis yang ada pada setiap perusahaan yang berskala kecil sampai besar (Muhammad, 2022), tak terkecuali dalam bisnis Nara's thrift shop. Strategi pemasaran yang dilakukan ialah menawarkan produk kepada target pasar yang sudah ditentukan yaitu mahasiswa, pelajar dan buruh lepas yang masih berusia muda.

Produk yang ditawarkan berupa celana import seperti jeans, denim, tartan, cargo dan corduroy pria maupun wanita yang bersal dari Negara Korea. Barang tersebut didapat dari supplier dengan harga murah tergantung kondisi barang dan kualitasnya. Barang ber-merk sudah pasti harganya mahal jika dibeli di toko resmi. Tapi, lain kondisinya kalau barang ber-merk tersebut tidak memenuhi standar mutu sehingga dijual ke supplier pakaian bekas. Jika di toko resmi nya dijual dengan harga diatas Rp 200.000,00- lain hal nya dengan supplier pakaian bekas yang bisa menjual dengan harga dibawah Rp 50.000,00- hanya karena produk ber-merk tersebut tidak memenuhi standar kualitas atau cacat. Dengan untung seperti ini menjadi alasan mengapa usaha thrift shop ini dipilih karena dianggap menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan.

Dalam jurnal (Ghilmansyah, 2022, pp. 1-16) dijelaskan bahwa awal mulanya thrifting dilakukan saat Revolusi Industri di abad ke-19, memperkenalkan produksi massal pakaian dan mengubah cara pandang masyarakat terhadap dunia fashion saat itu. Saat itu pakaian sangat murah, dan orang mengira pakaian itu sekali pakai (disposable). Hal ini menyebabkan menumpuknya produk yang dibuang, sehingga manusia menjadi sangat konsumtif (Hatta, 2021). Barang-barang bekas ini umumnya digunakan oleh para pendatang. Setelah itu, pada tahun selanjutnya, Salvation Army mengumpulkan barang-barang yang tidak terpakai sebagai sumbangan. Mereka mendirikan tempat yang disebut "Salvage Bridge" pada tahun 1897, padasaat itu orang-orang merasa dapat menyumbangkan pakaian tambahan atau barang-barang lainnya ke tempat Salvage Bridge. Kemudian, selama Great Depression pada tahun 1920-an, mengalami krisis skala penuh terjadi di Amerika Serikat. Banyak orang yang menganggur lalu kehancuran di pasar saham New York menjadi "gong" saat itu. Orang-orang pada saat itu bahkan tidak memiliki kemampuan untuk membeli pakaian baru, jadi mereka memilih alternatif untuk membeli dari toko barang bekas. Sedangkan untuk orang kaya, tempat ini digunakan untuk berdonasi. Akhirnya tahun-tahun selanjutnya menjadi sebuah kerutinan pada masyarakat saat itu yang menjadi trend hingga saat ini. Kebiasaan menggunakan baju bekas kembali menjadi trend yang kini kita sebut thrifting (Gafara, 2019).

Nadia Rameka, seorang mahasiswi semester 6 kampus Universitas Teknologi Digital memiliki toko thrifting di daerah cimahi tepatnya di daerah Cimahi Utara. Toko ini didirikan sejak tahun 2020 dan masih berdiri sampai tulisan ini diterbitkan. Jika dilihat dari perkembangannya, dibanding saat pertama kali membuka bisnis ini, sekarang lebih banyak variasi produk yang ditawarkan karena semakin meningkatnya permintaan pembeli.

Menurut Nadia, menjual baju thrift atau produk fashion thrift lainnya mengharuskan untuk mempunyai supplier tetap. Supplier atau pemasok produk sangat diperlukan agar bisa mendapatkan produk dengan kualitas terbaik dan harganya terjangkau. Supplier merupakan salah satu bagian Supply Chain Management yang tak terpisahkan dan sangat mempengaruhi kelangsungan operasional suatu perusahaan, dan pemilihan Supplier dengan yang tepat dapat mengurangi biaya pembelian (M. Auddie and D. Mahdiana, 2019).

Salah satu faktor penting apabila memutuskan untuk berbisnis barang thrift adalah

kebersihan produk. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa kebersihan produk sangat penting untuk menjamin kualitas produk yang diproduksi (Esfandiari, Fitria, dan Sholahuddin Al-Fatih, 2022) Sebelum dijual, pastikan baju bekas sudah dicuci bersih, diberi wewangian, bila perlu disetrika. Untuk memastikan barang impor yang owner thrift shop beli dari supplier, mereka melakukan proses penyortiran. Disinilah barang impor tersebut dipilah dan di pisahkan untuk menentukan kelayakan fisik sebagai syarat agar dapat di jual kembali. Karena tidak semua ball berisikan barang layak jual, agar tidak membuat para konsumen atau pembeli kecewa, proses penyortiran adalah salah satu tahapan yang penting bagi usaha thrift shop. Proses ini juga membantu para pelaku thrift shop untuk memisahkan barang brand dan barang dengan merek yang tidak brand.

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya untuk cara pernyotiran barang di bagi lagi menjadi 3 bagian dengan cara memilih dan memisahkan barang brand-brand luar terkenal seperti (Zara, Uniqlo, h&m), barang dengan brand biasa (seperti merk lokal), dan penyortiran beberapa barang yang terdapat reject. Mengapa proses ini dilakukan, agar dapat menentukan kualitas dan harga jual yang nantinya akan ditetapkan.

Untuk menentukan harga jual produk, owner menjual berdasarkan kualitas dan merk barang tersebut, seperti brand luar dijual dengan harga jual yang lebih tinggi sedangkan untuk brand lokal owner menjual dengan harga standar serta produk yang reject owner menjual dengan harga lebih rendah. Menentukan harga harga tersebut tidak hanya berdasarkan dari merk brand namun owner telah melakukan survey harga di pasar ataupun market place. Sehingga harga yang di tetapkan dapat bersaing di pasaran.

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama Pak Hartanto yang merupakan salah satu penjual sekaligus supplier di Gedebage. Banyak reseller yang sudah menjadi langganannya, salah satunya adalah Nadia. Menurut Pak Hartanto, untuk mendapatkan baju thrift langsung dari luar negeri kita bisa menggunakan marketplace antar negara atau bisa membelinya langsung dari supplier luar negeri. Harga pakaian bekas 1 ball nya bervariasi, mulai dari puluhan hingga ratusan ribu rupiah. Meski terhitung murah, namun pengiriman barang dari luar negeri relatif tinggi dan tentunya ada biaya bea cukai. Namun meski begitu peminat baju bekas ini masih tetaplah ramai terutama di kalangan remaja dan anak kuliah sehingga terus di supply ujar Pak Hartanto.

Karena harganya jauh lebih murah banyak yang menjadikan barang thrift ini sebagai alternatif untuk berbelanja. Seperti halnya Pitria, seorang mahasiswi yang senang berbelanja barang thrift yang kami temui saat berbelanja di toko Nara. Menurutnya, untuk anak kuliah dan bukan dari keluarga berada, ia perlu mengatur-atur keuangan dengan pintar. Dengan belanja barang thrift membuatnya jauh lebih hemat, dan lagi produk yang didapat masih berkualitas asalkan pandai memilih. Belum lagi banyak produk dari brand-brand besar dengan harga miring. Selain itu banyak pilihan model yang bervariasi, sehingga tidak bosan saat memilih. Karena yang dijual hanya satu tiap model, sangat meminimalisir menemukan barang yang sama dengan orang lain.

KESIMPULAN

Fashion kini menjadi trend yang penting karena digunakan sebagai penilaian awal saat berinteraksi dengan orang lain. Dengan sistem thrift shop yang menjual bermacam model baju dan stok terbatas membuat pengguna barang thrift mempunyai banyak pilihan untuk memilih sesuai fashion-nya.

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa barang thrift menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati terutama dikalangan remaja karena harganya yang lebih murah dan kualitas bersaing.

Menjual pakaian thrift merupakan sebuah peluang usaha yang menjanjikan karena harga modal yang sangat minim, meskipun memerlukan biaya pengiriman dan bea cukai yang terbilang tinggi, akan tetapi peminat barang thrift di Indonesia khususnya di Bandung sangat banyak terutama di kalangan remaja dan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Esfandiari, Fitria, dan Sholahuddin Al-Fatih. (2022). Optimalisasi Regulasi Jaminan Produk Halal & Sertifikasi Halal LPPOM MUI untuk Produk Minuman Herbal. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 137-148.
- Gafara, G. (2019). *A Brief History of Thrifting*. London: Cambridge Press.
- Ghilmansyah, R. S. (2022). Fenomena Thrifting sebagai gaya hidup milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1).
- Hatta, H. (2021). Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Enrekang Mempertahankan Pasar Sudut. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 22(1).
- M. Auddie and D. Mahdiana. (2019). Istem Penunjang Keputusan Pemilihan Supplier Terbaik Dengan Metode Analytical Hierarchy Process Pada Klinik AMC. *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst*, 2, 182-186.
- Muhammad Al Farissy, S. I. (2022). *Evaluasi Peluang Usaha*. Kewirausahaan (E-bisnis dan E-commerce).
- Muhammad, W. (2022). TA : Rancang Bangun Aplikasi Pemasaran di UMKM Thrift.Pride dengan Menggunakan Pendekatan Gamification. (*Doctoral dissertation, Universitas Dinamika*).
- Mulyana, M. (2022, 03 06). 4.4 Pengembangan Ide dan Peluang Usaha. *KEWIRAUSAHAAN UMKM*, p. 51.
- Mahabarata, Y. (2020, November 19). *Demi Misi Sejarah dan Budaya Thrift Shop, Baju Bekas Harusnya Memang Tak Mahal*. VOI. <https://voi.id/bernas/20200/demi-misi-sejarah-dan-budaya-i-thrift-shop-i-baju-bekas-harusnya-memang-tak-mahal>
- Putri, A. A. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berpakaian Thrifting Melalui Feed Instagram. *BARIK*, 125-137.
- Suarningsih, N. K. (2022). Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Udayana. *ojs.unud.ac.id*, 1.
- Suarningsih, N. K., Nugroho, B. W., & Aditya, I. G. N. A. K. (2021). Thrift Shopping sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(2), 1–12.
- Tantilofa, J. A. (2023). *Pengaruh Influencer Marketing , Social Media, Online Consumer Review dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Kioku Thiftshop di Palembang* [Thesis (Diploma)]. Universitas Multi Data Palembang.