

ISSN 2828-285x



PERTANIAN, KELAUTAN, DAN BIOSAINS TROPIKA

Vol. 5 No. 3 Tahun 2023

Perlindungan Konsumen Pakaian Thrift: Hak Memilih serta Hak atas Kenyamanan, Keamanan, dan Keselamatan

Penulis

Bulan Hilaliyah¹ dan Lilik Noor Yuliati¹

¹ Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University

Ringkasan

Isu Kunci

Policy Brief ini memuat poin-poin penting sebagai berikut :

- 1) Konsumsi pakaian *thrift* digemari masyarakat sehingga mengalami peningkatan di setiap tahunnya.
- 2) Pakaian *thrift* memiliki dampak buruk bagi kesehatan konsumen, sebagian dari pakaian terdapat jamur kapang yang menyebabkan alergi atau iritasi pada kulit dalam skala ringan hingga berat.
- 3) Pemerintah mengeluarkan kebijakan melalui Peraturan Menteri Perdagangan No 40 Tahun 2022 pada pasal 2 ayat 3 yang menyebutkan barang dilarang impor salah satunya pakaian bekas.
- 4) Konsumen memiliki keterbatasan untuk memilih pakaian *thrift* yang sesuai dengan preferensinya karena adanya kebijakan pemerintah.

Rekomendasi

Kementerian Perdagangan mengeluarkan kebijakan tentang larangan impor pakaian bekas karena berdampak buruk untuk kesehatan penggunanya. Hal tersebut membuat urgensi dari edukasi, penguatan, dan perlindungan kepada konsumen akan hak-haknya perlu lebih diperhatikan. Keterbatasan pengetahuan membuat konsumen tidak mengerti akan hak yang dimilikinya serta membuat pelaku usaha abai untuk memperhatikan hak-hak yang perlu dipenuhinya. Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan perlu menetapkan standar dan regulasi resmi terkait penjualan pakaian *thrift* yang masih marak terjadi di Indonesia karena jumlah permintaan konsumen yang cukup tinggi. Perlu adanya standar resmi yang harus dipenuhi untuk pakaian *thrift* yang akan diperjual belikan khususnya dalam aspek kesehatan. Konsumen bebas untuk menentukan pilihannya, dan konsumen juga berhak atas hak keamanan, kenyamanan, keselamatan. Standar atau regulasi resmi untuk pakaian *thrift* yang dibuat oleh pemerintah akan memenuhi dua hak konsumen sekaligus, yaitu hak konsumen untuk dapat tetap memilih pakaian *thrift* dan juga hak konsumen mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi pakaian *thrift*.

Perlindungan Konsumen Pakaian *Thrift*: Hak Memilih serta Hak atas Kenyamanan, Keamanan, dan Keselamatan

Pendahuluan

Konsumsi yang efisien dan bertanggung jawab merupakan upaya mencapai tujuan dari *Sustainable Development Goals* nomor 12. Dari berbagai sektor produk, sektor tekstil menjadi kategori yang memiliki potensi besar untuk dapat digunakan kembali (Indonesia Report 2022). Pada saat ini tren fesyen yang terus mengalami perkembangan, hal ini menuntut seseorang untuk tetap mengikutinya. Pada saat ini konsumen ingin tetap mengkonsumsi produk fesyen yang sedang digemari, harga yang lebih terjangkau, citra merek yang baik, dan tetap ramah lingkungan sehingga salah satu yang dilakukan oleh konsumen yaitu dengan membeli pakaian *thrift* (Russanti 2021).

Pakaian *thrift* adalah pakaian fesyen atau aksesoris yang pernah menjadi milik orang lain, pakaian tersebut mungkin sudah dipakai selama beberapa tahun namun dijual kembali karena masih layak untuk digunakan (Cervellon *et al.* 2012). Niat beli terhadap pakaian *thrift* ini di Indonesia terus mengalami peningkatan. Penelitian Herjanto *et al.* (2016) menunjukkan bahwa konsumsi produk pakaian *thrift* mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Nilai pasar pakaian *thrift* di seluruh dunia terus mengalami peningkatan hal ini menunjukkan bahwa konsumsi terhadap pakaian *thrift* tengah banyak diminati oleh masyarakat dunia salah satunya masyarakat Indonesia (Borusiak *et al.* 2020).

Di tengah tingginya niat beli masyarakat terhadap pakaian *thrift*, di sisi lain terdapat dampak yang diakibatkan oleh penggunaan pakaian *thrift* dari segi kesehatan konsumen. Spesies mikroorganisme bisa bertahan hidup di pakaian dan ada bakteri yang berbahaya bagi kesehatan terkandung dalam produk pakaian bekas. Hal ini memunculkan kebijakan pemerintah yaitu

Permendag No. 40 Tahun 2022 tentang Produk Larangan Ekspor dan Impor. Pasal 2 ayat (3) menyatakan bahwa pemasukan barang, termasuk kantong atau karung bekas, dan pakaian bekas, dilarang.

Analisis terhadap niat konsumen dalam membeli pakaian *thrift* perlu dilakukan untuk melihat seberapa besar niat yang dimiliki oleh konsumen. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) tepat digunakan, TPB menyatakan bahwa niat yang dimiliki oleh seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen 2005). Sebagai pola konsumsi yang menitik beratkan pada keberlanjutan TPB diperpanjang dengan menambahkan pengetahuan lingkungan dan kesadaran lingkungan yang diduga berpengaruh ke dalam sikap konsumen terhadap pembelian pakaian *thrift*.

Berdasarkan uraian diatas, dilakukan kajian yang bertujuan untuk menganalisis niat beli pakaian *thrift* yang ditinjau dari aspek pengetahuan lingkungan, kesadaran lingkungan, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku untuk melihat seberapa besar niat konsumen dalam mengkonsumsi pakaian *thrift* dan hasilnya dapat memberikan gambaran untuk dikaji kebijakan lanjutan yang tepat untuk memberikan perlindungan dan pemenuhan hak konsumen dalam mengkonsumsi pakaian *thrift*.

Niat Beli Pakaian *Thrift*

Konsumen umumnya memiliki niat untuk membeli pakaian *thrift* dengan jenis pakaian yaitu kemeja (51,9%). Alasan utama konsumen memiliki niat untuk membeli pakaian *thrift* yakni memiliki harga yang lebih murah (43,6%), lebih ramah lingkungan (21,8%), dan memiliki citra merek yang baik (13,5%). Sebagian besar konsumen akan

membeli pakaian *thrift* melalui toko *offline* (55,1%) yang tersebar di berbagai tempat seperti Pasar Senen, Blok M, Gedebage, Pasar Gasibu, hingga Pasar AJBS Surabaya. Sebagian besar alasan konsumen memilih toko *offline* karena akses lokasi yang mudah dijangkau (30%).

Dalam penelitian ini konsumen menunjukkan niat yang besar dalam membeli pakaian *thrift*. Sebesar 80,00 persen contoh memiliki niat membeli pakaian *thrift* ketika terdapat pakaian yang cocok sesuai dengan selera konsumen. Konsumen yang memiliki niat terhadap pembelian pakaian *thrift* masuk ke dalam kategori sedang-tinggi sebesar 65,5 persen. Dari hasil penelitian konsumen sudah cukup bijak dan memiliki niat yang baik dalam proses pembelian pakaian *thrift*.

Faktor yang Mempengaruhi Niat Konsumen dalam Pembelian Pakaian Thrift

Perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang seringkali ditentukan oleh intensi atau niat dari konsumen tersebut (Sumarwan, 2014). Dalam menganalisis niat beli pakaian *thrift*, TPB tepat digunakan, TPB ini menyatakan bahwa niat yang dimiliki oleh seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku konsumen (Ajzen 2005). Dalam penelitian ini digunakan pendekatan *Extended Theory of Planned Behaviour* dengan menambahkan variabel pengetahuan dan kesadaran lingkungan yang diduga dapat mempengaruhi sikap seseorang.

Hasil uji pengaruh menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan berpengaruh terhadap sikap. Terdapat tiga faktor yang berpengaruh signifikan positif terhadap niat konsumen dalam membeli pakaian *thrift* diantaranya yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku.

Pengetahuan lingkungan mempengaruhi sikap terhadap perilaku secara positif dan signifikan. Polonsky et al. (2012) menyimpulkan

bahwa konsumen dengan pengetahuan lingkungan yang tinggi mempunyai sikap positif terhadap pembelian produk ramah lingkungan. Pengetahuan terhadap isu lingkungan membuat konsumen lebih meningkatkan sikap positif pada pembelian barang yang ramah terhadap lingkungan salah satunya yaitu pakaian *thrift*.

Sikap terhadap perilaku adalah penilaian positif atau negatif konsumen dalam pembelian pakaian *thrift*. Sikap terhadap perilaku mempengaruhi niat beli pakaian *thrift* secara positif dan signifikan. Sikap positif yang dimiliki oleh konsumen terhadap pembelian pakaian *thrift* yang salah satunya yang dilatar belakangi oleh faktor lingkungan mendorong konsumen untuk memunculkan niatnya dalam pembelian pakaian *thrift*. Hal ini dibuktikan oleh lebih dari setengah konsumen memiliki pandangan bahwa pembelian pakaian *thrift* dapat berkontribusi terhadap perlindungan lingkungan (82,3%) dan contoh memiliki pandangan bahwa ide pembelian pakaian *thrift* akan membantu contoh untuk melestarikan sumber daya alam (78,2%).

Norma subjektif mempengaruhi niat beli pakaian *thrift* secara positif dan signifikan. Dalam penelitian ini keluarga yang paling berpengaruh terhadap niat beli yang dimiliki konsumen, hasil ini sejalan dengan Meinanto (2022) yang menyatakan bahwa keluarga mempunyai pengaruh cukup kuat terhadap niat untuk melakukan pembelian produk fesyen. Konsumen yang memiliki dorongan atau dukungan (norma subjektif) yang kuat dari lingkungan sekitar maka niat yang dimiliki untuk membeli pakaian *thrift* akan semakin tinggi.

Persepsi kontrol perilaku yaitu kemudahan atau kesulitan yang dirasakan responden dalam membeli atau memperoleh informasi pakaian *thrift*. Persepsi kontrol perilaku mempengaruhi niat beli pakaian *thrift* secara positif dan signifikan. Semakin tinggi persepsi kontrol perilaku berupa sumber daya konsumen seperti akses, uang, dan waktu maka niat yang dimiliki untuk membeli pakaian *thrift* juga akan semakin kuat.

Niat beli pakaian *thrift* berhubungan dengan usia dan pendapatan. Usia seseorang yang bertambah maka akan semakin meningkatkan niatnya yang dimilikinya terhadap pembelian pakaian *thrift*. Khasan (2018) menyebutkan bahwa usia berpengaruh terhadap munculnya niat dalam mengambil sebuah keputusan pembelian. Pendapatan berkaitan erat dengan kemampuan daya beli yang dimiliki seseorang (Hermaningsih 2018). Pada penelitian ini terlihat bahwa pendapatan konsumen memiliki hubungan yang signifikan positif dengan niat beli pakaian *thrift*. Hal ini diperkuat dengan penelitian Russanti (2021) yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan seseorang akan berpengaruh dan secara otomatis meningkatkan daya beli terhadap pakaian *thrift*.

Implikasi Kebijakan dan Edukasi Konsumen

Hasil uji pengaruh menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap sikap pembelian pakaian *thrift*. Penguatan pengetahuan tentang lingkungan sehingga menciptakan sikap yang positif terhadap produk ramah lingkungan seperti pakaian *thrift* perlu dilakukan dengan pendekatan-pendekatan yang strategis seperti *campaign-campaign* positif tentang lingkungan. Penekanan pengetahuan lingkungan ini juga perlu berlandaskan konsep konsumsi berkelanjutan karena dari hasil penelitian yang didapat masih terdapat generasi milenial atau Z yang belum mengenal konsumsi berkelanjutan, bahan berbahaya untuk lingkungan yang disebabkan oleh proses produksi produk, perbedaan konsumsi berkelanjutan dan tidak berkelanjutan. Tentunya hal ini akan efektif dilakukan melalui *platform* media *online* karena karakteristik responden dalam penelitian ini generasi milenial dan generasi Z yang masih sangat erat dengan teknologi dan media sosial.

Pada variabel niat beli pakaian *thrift* didapatkan bahwa konsumen sudah cukup bijak dan memiliki niat yang baik dalam proses pembelian pakaian *thrift*. Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen sudah menyadari hak yang dimiliki untuk mengakses dan memilih produk sesuai dengan kehendak pribadi dan tanpa paksaan. Namun disisi lain terkait dengan niat pembelian ini masih perlunya edukasi dan penguatan kepada konsumen akan haknya. Karena pada dasarnya meskipun UUPK sudah ada sejak lama dan mengatur secara rinci tetapi masih terdapat konsumen belum mengetahui akan haknya. Masih perlunya perluasan edukasi terkait dengan hak prerogatif konsumen yakni hak konsumen dalam membeli atau tidak membeli barang dan/atau jasa. Dalam mengkonsumsi sebuah produk, konsumen mempunyai hak untuk menentukan pilihan sendiri dan tidak diizinkan untuk mendapat sebuah tekanan dari pihak-pihak luar sehingga konsumen tidak memiliki kebebasan.

Dilihat dari sisi yang berbeda terlepas dari hak konsumen untuk bebas memilih produk yang akan dikonsumsinya, adanya kebijakan pemerintah berupa larangan melakukan impor pakaian bekas yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 40 Tahun 2022 mengenai Barang yang Dilarang Ekspor dan Impor. Pada Pasal 2 ayat (3) menyatakan bahwa kantong, karung, dan pakaian bekas, dilarang impor. Barang-barang bekas tersebut dilarang diimpor karena berdampak buruk untuk kesehatan penggunanya. Untuk hal ini pemerintah melalui Kementerian Perdagangan perlu menetapkan standar dan regulasi resmi terkait penjualan pakaian bekas yang masih marak terjadi di Indonesia karena jumlah permintaan konsumen yang cukup tinggi. Adanya hak konsumen yang perlu dilindungi yaitu hak keamanan, kenyamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi sebuah barang dan/atau jasa menyebabkan perlunya standar yang harus dipenuhi untuk pakaian bekas yang akan diperjual belikan khususnya dalam aspek kesehatan.

Pada dasarnya standar atau regulasi resmi yang dibuat oleh pemerintah akan memenuhi dua hak konsumen sekaligus, yaitu hak konsumen untuk dapat tetap memilih pakaian *thrift* dan juga hak yang dimiliki konsumen untuk mendapatkan

keamanan, kenyamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi pakaian *thrift*.

consumers. *Journal of Marketing Management*. 28(3-4): 238-263.

Daftar Pustaka

Ajzen I. 2005. Ebook: *Attitudes, Personality, and Behavior*. Manstee T, editor. England (UK): Open University Press.

Borusiak B, Szymkowiak A, Horská E, Raszka N, Żelichowska E. 2020. Towards building sustainable consumption: A study of second-hand buying intentions. *Sustainability*. 12(3): 875.

Cervellon MC, Carey L, Harms T. 2012. Something old, something used: determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion. *International Journal of Retail and Distribution Management*. 40 (12): 956-974.

Herjanto H, Scheller-Sampson J, Erickson E. 2016. The increasing phenomenon of second-hand clothes purchase: Insights from the literature. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*. 18(1):1-15.
<https://doi:10.9744/jmk.18.1>.

Hernaningsih F. 2018. Pengaruh Kestabilan Inflasi Dan Ketimpangan Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*. 8(2).

Meinanto D, Putrawan BK, dan Simangunsong A. 2022. Degradasi Moral Generasi Z: Suatu Tinjauan Etis Teologis Terhadap Penggunaan Internet. *IMMANUEL: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*. 3(1): 21-32.

Sumarwan U. 2014. *Perilaku Konsumen*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.

Polonsky MJ, Vocino A, Grau SL, Garma R, dan Ferdous AS. 2012. The impact of general and carbon-related environmental knowledge on attitudes and behaviour of US

Kalimasada B. 2022. Meninjau Potensi Ekonomi Sirkular dalam Sektor Tekstil [internet]. Diakses pada 29 Juli 2023. Retrieved from <https://amf.or.id/meninjau-potensi-ekonomi-sirkular-dalam-sektor-tekstil/>



Policy Brief Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika merupakan upaya mengantarmukakan sains dan kebijakan (science-policy interface) untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang inklusif. Media ini dikelola oleh Direktorat Kajian Strategis dan Reputasi Akademik (D-KASRA) IPB University. Substansi policy brief menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya dan tidak mewakili pandangan IPB University.

Author Profile



Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A., adalah kepala Divisi Ilmu Konsumen dan Ekonomi Keluarga di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, IPB University. Saat ini saya mengajar mata kuliah di tingkat S1, S2 dan S3 terkait Riset Konsumen dan Pasa. Selain itu juga sebagai pendiri dan anggota AACIM (Asian Association of Consumer Interests and Marketing). (*Corresponding Author*) lilikny@apps.ipb.ac.id



Bulan Hilaliyah, S.Si., Gelar sarjana baru saja diraih dari Departemen Ilmu keluarga dan Konsumen dan saat ini sebagai asisten Dosen di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, FEMA, IPB University.



Telepon

+62 813 8875 4005



Email

dkasra@apps.ipb.ac.id



Alamat

Gedung LSI Lt. 1
Jl. Kamper Kampus IPB Dramaga
Bogor - Indonesia 16680