

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada zaman yang serba modern ini kehidupan masyarakat sering kali berubah-ubah tanpa ada yang bisa mengontrolnya. Masyarakat seperti dipaksa menuju masyarakat post-modern yang diiringi dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam masyarakat akibat dari konsumsi yang berlebihan. Salah satu perubahan social yang menyertai kemajuan ekonomi di Indonesia belakangan ini adalah berkembangnya berbagai gaya hidup, sebagai fungsi dari diferensiasi social yang tercipta dari relasi konsumsi.<sup>1</sup> Konsumsi pada era ini menjadi aktivitas yang sering dilakukan oleh masyarakat setiap harinya tanpa memikirkan kondisi ekonomi mereka saat ini. Konsumsi sebagai satu sistem diferensiasi yaitu sistem pembentukan perbedaan-perbedaan status, simbol dan prestise sosial adalah sistem yang menandai kedatangan masyarakat konsumen.<sup>2</sup> Masyarakat konsumen merupakan masyarakat yang sengaja diciptakan melalui kapital global yang menawarkan berbagai macam produksi barang yang siap dikonsumsi oleh masyarakat.

Masyarakat konsumen mengkonsumsi suatu produk bukan lagi karena nilai gunannya akan tetapi kerana makna tanda dan simbol. Senada dengan apa yang kemukakan oleh Baudrillard, yang dikonsumsi bukan lagi *use* atau *exchangevalue*,

---

<sup>1</sup>Amir Piliang, Yasraf. 2011. *Dunia yang dilipat*.Matahari. bandung Hal 145

<sup>2</sup>*Ibid.* Hal 149

melainkan “symbolic value”, maksudnya orang tidak lagi mengonsumsi objek berdasarkan karena kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi.<sup>3</sup> Mengonsumsi suatu produk karena tanda dan simbol bukan lagi karena nilai gunanya akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu barang produksi, sebab konsumen pasti akan membeli produk itu apabila barang tersebut menggambarkan tentang dirinya yang akan menjadi tanda ataupun simbol bagi dirinya. Perilaku masyarakat seperti ini menyebabkan barang yang dikonsumsi bukan lagi produknya melainkan makna simbol yang terkandung dalam produk barang tersebut. Perilaku konsumen akan berubah karena pengaruh dari lingkungan maupun melalui media. Iklan merupakan salah satu media yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengonsumsi suatu barang produksi. Iklan sesungguhnya adalah sebuah sistem ide yang membangkitkan hasrat, perilaku konsumsi dan gaya hidup masyarakat.<sup>4</sup>

Salah satu objek konsumsi dari masyarakat konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah pakaian karena pakaian merupakan salah satu produksi yang sering digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia, karena pakaian dapat melindungi dan menutupi tubuh dari manusia itu sendiri seperti cuaca yang tak menentu. Pakaian juga sangat membantu masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari sebab tanpa pakaian masyarakat tidak dapat beraktivitas

---

<sup>3</sup>Fika. Fenomena Konsumsi yang Dinamis Menurut Jean Baudrillard.  
*Journal.unair.ac.id/filerPDF/Jurnal%20*

<sup>4</sup>Dr. Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 220.

dikarenakan tidak adanya sesuatu yang dapat melindungi tubuh dari panasnya matahari dan dinginnya angin, selain itu pakaian juga mempunyai nilai fungsi dari estetika. Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi membutuhkan pakaian untuk bisa berinteraksi dengan orang lain. Pakaian dapat membantu seseorang agar bisa tampil menarik, karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa setiap manusia mempunyai hasrat untuk tampil sempurna di depan umum. Untuk memuaskan hasratnya setiap manusia berlomba-lomba untuk pergi ke pusat perbelanjaan untuk membeli pakaian yang bagus dan mahal.

Oleh karena pakaian merupakan salah satu produksi yang paling dibutuhkan oleh masyarakat setiap hari. Maka begitu banyak pakaian yang diproduksi dengan berbagai merek terkenal. Hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen karena masyarakat membeli suatu produk dalam hal ini pakaian yang bisa menggambarkan dirinya. Untuk mendapatkan pakaian yang sesuai dengan dirinya masyarakat rela mencarinya diberbagai tempat perbelanjaan, entah di mall ataupun dipasar tradisional. Masyarakat yang mengkonsumsi simbol dan tanda, seperti yang dijelaskan diatas tidak peduli dengan produk yang baru maupun yang bekas yang penting mereka mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya. Seperti halnya dengan pakaian, masyarakat tidak peduli dengan pakaian baru maupun pakaian bekas yang paling penting adalah masyarakat bisa menemukan pakaian yang menggambarkan dirinya yang merupakan simbol dari dirinya.

Fenomena seperti ini terjadi di kota Gorontalo dimana banyak masyarakat yang berburu pakaian bekas. Di Gorontalo pakaian bekas dikenal dengan istilah cabo (cakar bongkar), istilah ini muncul karena ketika dipasarkan pakaian bekas ini

tidak teratur ataupun tidak tertata dengan rapi. Pakaian bekas sebelum dipasarkan di kemas dalam karung tanpa dipisahkan sesuai jenis pakaian. Pakaian bekas sangat diminati oleh masyarakat gorontalo, tak heran banyak masyarakat gorontalo yang berburu pakaian bekas ini. Di Kota Gorontalo banyak tempat-tempat yang menyediakan pakaian bekas seperti, pasar sabtu Liluwo, pasar senin Mo'odu dan pasar malam yang ada disekitar kompleks pertokoan Kota Gorontalo. Kelompok masyarakat yang paling banyak berburu pakaian bekas adalah mahasiswa. Mahasiswa yang aktivitas setiap harinya adalah kuliah membutuhkan pakaian untuk bisa berinteraksi dengan mahasiswa lainnya.

Pakaian bekas yang tidak teratur dengan rapi mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berburu pakaian bekas ini. Meskipun pakaian bekas yang hendak dibeli tidak teratur mahasiswa tetap ingin membeli pakaian bekas yang mereka inginkan. Banyak cara yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mendapatkan pakaian bekas yaitu dengan cara mengamati tempat penjualan dan memperhatikan waktu pada saat melakukan pembelian. Maksud dari mengamati tempat disini yaitu mahasiswa mengamati apakah pakaian bekas yang dijual di tempat ini sudah pernah dilihat di tempat yang lain atau sudah ada pemasokan pakaian bekas yang baru. Sedangkan maksud memperhatikan waktu disini yaitu mahasiswa yang gengsi apabila bisa dilihat oleh temannya pada saat membeli pakaian bekas akan membeli pakaian bekas pada malam hari.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaiman Perilaku Konsumen mahasiswa dalam membeli pakaian bekas.?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa dalam membeli pakaian bekas.

## **1.2. Manfaat Penelitian**

### **1.2.1. Manfaat Teoritis**

- a) Untuk memberikan bukti secara empiris, perilaku konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa untuk membeli pakaian bekas (Cabo).
- b) Sebagai bahan pembandingan dalam kajian sosiologi mengenai “perilaku konsumen untuk membeli pakaian bekas (Cabo).

### **1.2.2. Manfaat Praktis**

Untuk menambah wawasan pembaca tentang perilaku konsumen dalam membeli pakaian bekas (CABO).