

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia memiliki banyak hal untuk menunjang kehidupannya. Dalam istilah Jawa, terdapat tiga hal fundamental yang harus dimiliki manusia untuk menata kehidupannya, yakni *sandang pangan dan papan*. *Sandang* memiliki arti sebagai pakaian, *pangan* memiliki arti makanan dan *papan* adalah tempat tinggal. Kebutuhan pakaian/*sandang* diletakkan pada posisi pertama sebab merupakan hal paling mendasar diantara tiga hal yang harus dimiliki manusia. Jika dimaknai lebih luas, pakaian tidak hanya apa yang menempel dan berfungsi untuk menutupi badan. Lebih dari itu, pakaian adalah identitas, simbol status, termasuk perilaku manusia yang melambangkan kepantasan.

Pada awalnya, manusia secara adaptif menggunakan pakaian sesuai fungsinya yaitu hanya untuk melindungi tubuh dari apa yang ada di luar dirinya seperti cuaca, hewan serta benda-benda yang mungkin dapat membahayakan tubuhnya. Selanjutnya, pakaian yang mulanya hanya digunakan secara fungsional kemudian berkembang ke arah mode. Pada era globalisasi, pengaruh mode suatu negara dapat dengan cepat menyebar ke negara lain, termasuk wilayah Indonesia. Hal ini menuntut masyarakat untuk lebih dinamis menentukan gaya berpakaian serta memilih merek tertentu.

Sebagian masyarakat memiliki anggapan bahwa model pakaian serta merek tertentu yang dikenakan dapat mengindikasikan status sosial pemakainya.

Masyarakat yang memiliki tingkat status sosial serta ekonomi kelas atas umumnya begitu memperhatikan sesuatu yang dipakainya. Merek-merek khusus yang menunjukkan status sosial mereka gampang dimiliki dan menjadi hal yang lumrah sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Hal ini bertolak belakang dengan masyarakat yang berada pada kelas sosial ekonomi menengah kebawah. Mereka umumnya juga berusaha untuk mengenakan sesuatu yang dapat mengangkat status sosialnya, namun terkendala masalah ekonomi. Fenomena tersebut menjadi peluang bagi para pedagang untuk mengimpor pakaian bekas berkualitas bagus yang tentunya memiliki harga terjangkau.

Seiring berjalannya kegiatan impor pakaian bekas ke dalam negeri, pemerintah mengeluarkan peraturan yang melarang kegiatan tersebut. Hal ini termaktub dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-Dag/Per/7/2015 Tahun 2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas (“Permendag 51/2015”) yang disebutkan bahwa pakaian bekas asal impor berpotensi membahayakan kesehatan manusia sehingga tidak aman untuk dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat<sup>1</sup>. Pelarangan tersebut didasari oleh surat dari Direktorat Jenderal Standarisasi dan Perlindungan Konsumen Nomor 48/SPK/SD/2/2015 tertanggal 11 Pebruari 2015, serta berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen bab IV Pasal 8 Ayat 2. Surat dari Dirjen tersebut berisikan adanya cemaran bakteri dan jamur patogen dengan kandungan mikroba pada semua contoh pakaian bekas dengan nilai total mikroba sebesar

---

<sup>1</sup> Letezia Tobing, “Larangan Impor Pakaian Bekas,” *Hukumonline*, 29 Januari, 2016, [https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt56a826fd89e27/larangan-impor-pakaian-bekas/#\\_ftn2](https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt56a826fd89e27/larangan-impor-pakaian-bekas/#_ftn2). diakses pada tanggal 27 Desember 2020.

216.000 koloni/gram, serta kapang sebesar 36.000 koloni/gram. Sedangkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar<sup>2</sup>. Meskipun telah ada larangan, fenomena impor dan jual-beli pakaian bekas di dalam negeri tetap tumbuh subur. Hal ini menjadikan penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian berkaitan dengan bagaimana pakaian bekas tetap begitu diminati masyarakat walaupun terdapat bahaya yang mengancam kesehatan.

Penelitian ini berada di sepanjang jalan raya Kediri-Nganjuk, tepatnya di Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Area jual-beli pakaian bekas ini dikenal dengan nama Pasar Gombek. Pasar ini telah ada sejak sekitar tahun 1997 dan mulai dikenal oleh masyarakat luas pada tahun 2000. Untuk saat ini terdapat puluhan pedagang pakaian bekas. Mereka memilih berdagang di sepanjang jalan raya ini karena lokasinya dianggap strategis sebab merupakan jalan utama antar kota. Jika dilihat dari struktur sosial pekerjaannya, para pedagang pakaian bekas ini dapat diklasifikasikan dalam sektor informal. Namun yang unik adalah pekerjaan sektor informal sebagai pedagang pakaian bekas ini jarang kita temui di tiap-tiap daerah dibandingkan pekerjaan sektor informal lain seperti pedagang warung, pedagang kaki lima, dan lain sebagainya. Selain itu, para pedagang pakaian bekas di Pasar Gombek telah berjualan sedemikian rapi dengan menyewa toko atau mendirikan kios-kios di sepanjang jalan sehingga tidak mengganggu jalan raya. Hal

---

<sup>2</sup> Admin, "Disperindag Kabupaten Pasuruan Larang Jual Beli Pakaian Bekas Impor," Pasuruankab, 23 Januari, 2016, melalui <https://www.pasuruankab.go.id/berita-2125-disperindag-kabupaten-pasuruan-larang-jual-beli-pakaian-bekas-impor.html>. diakses pada tanggal 27 Desember 2020.

ini juga menjadikan masyarakat luas mengenal bahwa Pasar Pasar Gombek adalah pusatnya pakaian bekas di daerah Kediri<sup>3</sup>.

Berdasarkan data awal yang penulis dapat di lapangan melalui metode observasi serta wawancara dengan beberapa pembeli pakaian bekas di Pasar Gombek ini, dapat diketahui bahwa pembeli di sana sebagian besar adalah laki-laki berusia muda. Mereka kebanyakan berasal dari daerah Tulungagung, Nganjuk dan Kediri. Dari sepuluh pembeli yang penulis wawancara terkait dengan alasan pembelian pakaian bekas, enam diantaranya memiliki alasan nilai. Yaitu dengan rentang harga yang sama, pembeli merasa pakaian bekas tertentu lebih layak untuk dibeli dibandingkan pakaian baru. Para pembeli merasa pakaian tersebut layak karena rata-rata pakaian bekas impor memiliki kualitas yang bagus, dengan merek luar negeri yang terkenal dan harganya lebih murah dibandingkan pakaian baru<sup>4</sup>.

Jika ditelaah dari sisi psikologi, fenomena maraknya pembelian pakaian bekas ini dipengaruhi oleh pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong, bahwa orang akan memiliki minat atau menyukai terhadap sesuatu, jika sesuatu itu dianggap dapat memproyeksikan kualitas yang sama dengan dirinya<sup>5</sup>. Maka pengambilan keputusan pembelian masyarakat yang tinggi terhadap pakaian bekas impor dikarenakan adanya pemikiran bahwa pakaian impor dianggap dapat

---

<sup>3</sup> Laelatul Kaderiah, "Gombek, Gombal Bekas yang Menembus Berbagai Lapisan Masyarakat," *Kediripedia*, 30 April 2021, melalui <https://kediripedia.com/gombek-gombal-bekas-yang-menembus-berbagai-lapisan-masyarakat/> diakses pada tanggal 15 Juni 2022.

<sup>4</sup> Wawancara dengan pembeli, tanggal 10 Maret 2021 di Pasar Gombek Kediri.

<sup>5</sup> Desy Irana Dewi Lubis dan Rahmat Hidayat, "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan," *Jurnal Ilman* 5, no. 1 (Februari 2017): 15-24.

memproyeksikan kualitas yang sama dengan dirinya yaitu berkelas dan dipandang positif oleh lingkungan.

Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, pengambilan keputusan adalah pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil<sup>6</sup>. Menurut Kotler & Keller, keputusan pembelian dipengaruhi hirarki atribut (kualitas, harga, merek)<sup>7</sup>. Konsumen akan memutuskan untuk membeli berdasarkan apa yang menjadi prioritas terlebih dahulu diantara tiga kriteria tersebut.

Pada setiap kegiatan pengambilan keputusan mengandung perilaku berani mengambil risiko (*risk taking behavior*) terkait dengan kesiapan menanggung konsekuensi yang mungkin muncul apabila mengambil suatu keputusan<sup>8</sup>. Oleh sebab itu, di dalam proses pengambilan keputusan, harga diri merupakan variabel yang penting untuk dipertimbangkan karena setelah mengambil suatu keputusan terdapat kemungkinan keputusan tersebut akan mengalami kegagalan atau penolakan. Menurut Brockner, Wiesenfeld, dan Raskas, individu dengan harga diri yang rendah cenderung melindungi diri secara berlebihan dengan meminimalisir hal buruk terjadi pada diri, sehingga menjadi terlalu takut untuk membuat suatu

---

<sup>6</sup> Dagun, M Save, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN), 2006), 185.

<sup>7</sup> Rudi Yanto B.S dan Letanli Ayu S. "Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Seken Aviari," *Jurnal Elektronik Rekaman 2*, no. 1 (2018).

<sup>8</sup> Anak Agung Ketut S.W dan Supriyadi. "Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengambilan Keputusan untuk Kawin pada Wanita Bali Usia Dewasa Awal," *Jurnal Psikologi Udayana 2*, no. 1 (2015): 13-24.

keputusan. Sedangkan individu dengan harga diri yang tinggi cenderung berani mengambil keputusan yang berisiko<sup>9</sup>.

Berdasarkan fenomena yang melatarbelakangi maraknya impor pakaian bekas yang telah penulis uraikan di atas, penulis menetapkan harga diri sebagai variabel (x) dan pengambilan keputusan sebagai variabel (y) sebab dianggap sesuai. Oleh karena itu penulis akan meneliti hubungan antara harga diri remaja dengan pengambilan keputusan membeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat harga diri remaja pembeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri?
2. Bagaimana tingkat pengambilan keputusan remaja pembeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri?
3. Adakah hubungan antara tingkat harga diri remaja dengan pengambilan keputusan membeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tingkat harga diri remaja pembeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri.
2. Untuk mengetahui tingkat pengambilan keputusan remaja pembeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri.
3. Untuk mengetahui hubungan antara tingkat harga diri remaja dengan pengambilan keputusan membeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri.

---

<sup>9</sup> Ibid.,

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini bagi peneliti dapat menambah pengetahuan di bidang Psikologi Sosial serta aplikasinya dalam kegiatan sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam keilmuan Psikologi yang berkaitan dengan jual beli pakaian bekas impor. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai hubungan antara tingkat harga diri dengan pengambilan keputusan.

### **2. Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai dinamika jual beli pakaian bekas impor dan mengetahui bagaimana harga diri konsumen pada saat memutuskan untuk membeli pakaian bekas di Pasar Gombek Kediri.

#### **b. Bagi Pembeli**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para konsumen tentang gambaran harga diri mereka ketika mengambil keputusan dalam membeli pakaian bekas serta efek yang ditimbulkan dari pengambilan keputusan tersebut.

### **c. Bagi Penjual**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi penjual terkait pentingnya faktor psikologis seperti harga diri yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli pakaian bekas. Serta dapat mengetahui gambaran keputusan pembelian konsumen pada saat membeli pakaian bekas. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi suatu bahan pertimbangan bagi penjual pada saat menjual pakaian bekas dan membeli pakaian impor bekas dari penyalur sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

### **d. Bagi Pemerintah**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan bagi Pemerintah yang menangani permasalahan jual beli pakaian impor bekas untuk mempertimbangkan faktor psikologis seperti harga diri sehingga dapat lebih efektif dalam penerapan regulasinya.

## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan suatu jawaban bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul<sup>10</sup>. Hipotesis juga dapat di definisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), 125.

Ha: Ada hubungan antara Harga Diri Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Pasar Gombek Kediri.

Ho: Tidak ada hubungan antara Harga Diri Dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Pasar Gombek Kediri.

## F. Telaah Pustaka

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang harga diri dan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jurnal “Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengambilan Keputusan untuk Kawin pada Wanita Bali Usia Dewasa Awal” oleh Anak Agung Ketut Sri Wiraswati dan Supriyadi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dengan pengambilan keputusan untuk kawin pada wanita Bali usia dewasa awal<sup>11</sup>. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam membahas hubungan antara harga diri dengan pengambilan keputusan. Sedangkan perbedaannya ada pada objek. Pada jurnal tersebut membahas pengambilan keputusan dalam perkawinan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas pengambilan keputusan dalam membeli pakaian bekas.
2. Jurnal “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik” oleh Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan

---

<sup>11</sup> Anak Agung Ketut S.W dan Supriyadi “Hubungan Antara Harga Diri dengan Pengambilan Keputusan untuk Kawin pada Wanita Bali Usia Dewasa Awal,” *Jurnal Psikologi Udayana* 2, no. 1 (2015): 13–24.

pembelian<sup>12</sup>. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam membahas keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya pada variabel (x) dan objek yang diteliti. Pada jurnal tersebut variabel (x) adalah citra merek dan kualitas produk. Objek yang diteliti adalah pembelian produk kosmetik. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki variabel (x) harga diri dan objek yang diteliti adalah pembelian pakaian bekas.

3. Jurnal “Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Seken Aviari” oleh Rudi Yanto Batara Silalahi dan Letanli Ayu Susantri. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kualitas produk, tempat dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di seken Aviari Kota Batam<sup>13</sup>. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam pemilihan variabel (y) dan objek yang diteliti. Sedangkan perbedaannya pada variabel (x). Pada jurnal tersebut variabel (x) adalah kualitas produk, tempat dan harga. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki variabel (x) harga diri.
4. Jurnal “Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Pengambilan Keputusan Pada Aktivis Di Unissula” oleh Raafi Happywidinata dan Abdurrohman. Hasil penelitian ini menemukan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara kematangan emosi dengan pengambilan keputusan pada aktivis di

---

<sup>12</sup> Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) UNIAT* 3, no.1 (Februari 2018): 11–18.

<sup>13</sup> Rudi Yanto B.S dan Letanli Ayu S. “Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Seken Aviari,” *Jurnal Elektronik Rekaman 2*, no. 1 (2018).

Unissula<sup>14</sup>. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam membahas keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya pada variabel (x) dan objek yang diteliti. Pada jurnal tersebut variabel (x) adalah kematangan emosi dan objek yang diteliti adalah aktivis di Unissula. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki variabel (x) harga diri dan objek yang diteliti adalah pembelian pakaian bekas.

5. Jurnal “Hubungan Antara *Brand Image* Dengan Pengambilan Keputusan Memilih Prodi Psikologi Ust Yogyakarta” oleh Rika Pebriani dan Flora Grace Putrianti. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara brand image dengan pengambilan keputusan<sup>15</sup>. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama dalam membahas pengambilan keputusan. Sedangkan perbedaannya pada variabel (x) dan objek yang diteliti. Pada jurnal tersebut variabel (x) adalah *brand image* dan objek yang diteliti adalah pemilihan prodi psikologi Ust Yogyakarta. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki variabel (x) harga diri dan objek yang diteliti adalah pembelian pakaian bekas.

---

<sup>14</sup> Raafi Happywidinata dan Abdurrohman, “Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Pengambilan Keputusan Pada Aktivis Di Unissula,” *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 2, (18 Oktober 2019).

<sup>15</sup> Rika Pebriani dan Flora Grace Putrianti, “Hubungan Antara Brand Image Dengan Pengambilan Keputusan Memilih Prodi Psikologi Ust Yogyakarta,” *Jurnal Spirits* 5, no.1 (November 2014).