

BAB II

FENOMENA KONSUMSI PAKAIAN BEKAS *IMPORT BRANDED* DAN GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM BAJUBEKAS_OKE

A. Fenomena Konsumsi Pakaian Bekas *Import Branded* di Indonesia

Di zaman modern sekarang ini kita tahu gaya *fashion* selalu berubah dan terus berkembang. Pakaian tidak lagi sekedar dilihat dari manfaat atau nilai gunanya saja, namun apa yang dikonsumsi melambangkan status, prestise, ekspresi gaya untuk meneguhkan identitas seseorang. Semakin tinggi kualitas pakaian yang dilihat dari merk (*brand*) yang dipakai seseorang akan memberikan nilai lebih tersendiri. Konsumsi pakaian *branded* yang diimport dari negara-negara Eropa yang dianggap sebagai kiblat *fashion* adalah salah satu contoh kasus yang sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa. Namun, melihat kenyataan di lapangan ternyata tidak semua lapisan masyarakat mampu tampil *fashionable* dengan mengkonsumsi pakaian *import branded*.

Masyarakat golongan menengah keatas beranggapan bahwa *trend fashion* merupakan sesuatu yang penting dan harus diikuti perkembangannya dengan mengkonsumsi pakaian *import branded*, berkualitas dan memiliki daya jual atau harga yang tinggi.

Berbeda dengan masyarakat golongan menengah kebawah, penampilan atau berpakaian dengan produk pakaian *import branded* dengan harga tinggi bukanlah prioritas utama kebutuhan yang harus dipenuhi. Mereka masih membandingkan harga sesuai dengan daya beli kemampuan mereka. Namun tetap ditemui masyarakat golongan menengah kebawah khususnya mahasiswa, yang juga

ingin mengkonsumsi pakaian *import branded* yang dapat meningkatkan status sosial mereka, atau sekedar menambah kepercayaan diri.

Berangkat dari hal tersebut, maka bagi masyarakat golongan menengah kebawah, pakaian bekas *import* dapat dijadikan solusi bagi mereka yang ingin tetap tampil gaya (*fashionable*) dengan harga yang relatif murah. Dikalangan mahasiswa terutama, sangat identik dengan istilah “murah tapi *branded*” atau “irit tapi ngetrend”.

Konsumsi pakaian bekas *import branded* sudah bukan sesuatu yang baru terutama dikalangan mahasiswa dan para pelaku *fashion*. Alasan utama selain harga yang sangat murah, pakaian bekas *import branded* juga menggambarkan gairah akan gaya pakaian-pakaian retro yang otentik dan tidak ada kembarannya karena jenis pakaian bekas *import* seperti baju, celana, topi, jaket kulit, *hoodie* atau *sweater* yang ditemui biasanya hanya tersedia satu jenis dengan size yang tidak bisa diprediksi sehingga terkesan lebih personal.

Bahkan tidak jarang ditemui produk pakaian yang dianggap *rare* atau langka oleh sebagian pelaku *fashion*. Berbeda dengan pakaian *import branded* di *outlet* resmi yang dijual di pusat perbelanjaan seperti Mall, yang diproduksi dengan jumlah yang banyak. Terlebih sensasi yang luar biasa jika menemukan pakaian bekas *import* dengan *brand* terkenal diantara tumpukan-tumpukan pakaian bekas yang lain dengan harga murah.

Seperti salah satu produk pakaian bekas *import* jenis *sweater* dengan *brand* “*Stone Island*” yang ditemukan oleh salah satu penikmat sekaligus pelaku bisnis *online* pakaian bekas *import*, Endra. Harga pasaran *brand* tersebut berkisar antara

800 ribu rupiah jika membeli langsung di *outlet* resmi. Namun Endra mendapatkan *sweater* tersebut hanya dengan 60 ribu rupiah. Endra adalah salah satu konsumen atau penikmat sekaligus pelaku bisnis *online shop* pakaian bekas *import branded* sejak tahun 2012. Peneliti mengenal dengan baik sosok Endra dan pernah ikut merasakan sensasi mencari pakaian bekas *import branded* di kota Pontianak.

Sebelum melakukan transaksi, penikmat pakaian bekas *import* biasanya melakukan pengecekan apakah terdapat cacat kondisi atau minus seperti bolong dan noda permanen. Namun tidak jarang juga ditemui pakaian bekas *import* dengan kondisi seperti pakaian baru yang dijual di *outlet* resmi lengkap dengan *brand tag* *price tag*.



Gambar 2.1. Produk pakaian bekas *import* dengan kondisi seperti baru

Sumber: Dokumentasi Akun Instagram @circle_circle_head



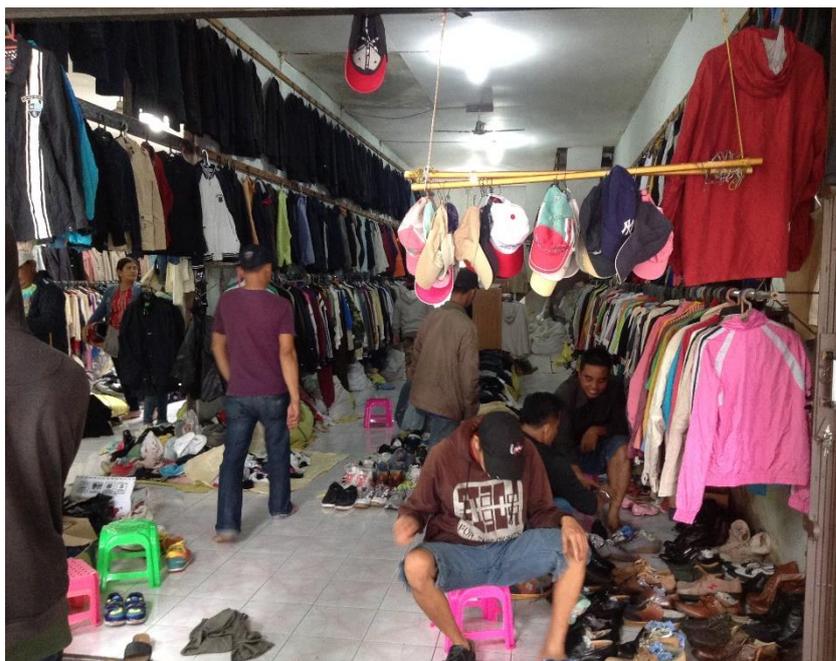
Gambar 2.2 Pakaian bekas *import brand* “Stone Island”
Sumber: Dokumentasi Akun Instagram @circle_circle_head



Gambar 2.3 Karungan pakaian bekas *import* yang belum dibuka
Sumber: Dokumentasi Akun Instagram @circle_circle_head



Gambar 2.4 Isi karungan pakaian bekas *import* yang sudah dibuka
Sumber: Dokumentasi Akun Instagram @circle_circle_head



Gambar 2.5 Salah satu toko pakaian bekas *import* di Pontianak
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sampai saat ini pakaian *branded* luar negeri masih menjadi pilihan pertama para pelaku *fashion* dibanding *brand* lokal. Konsumen atau pelaku *fashion* lebih memilih pakaian dengan kondisi bekas tapi *branded*, dibanding pakaian baru tapi produk lokal. Selain nilai prestisius yang tinggi, persepsi kebanyakan masyarakat tentang kualitas produk *fashion brand* lokal yang selalu kalah dengan produk *fashion brand* luar negeri sudah sangat melekat. Contohnya saja dapat kita lihat dari industri sepatu yang sudah bertahun-tahun lamanya didominasi oleh *brand* besar Internasional yang memenuhi lingkup pasar Indonesia. Demikian pula dengan industri pakaian, sangat mudah ditemui *outlet* resmi produk pakaian *brand* besar Internasional di pusat perbelanjaan seperti Mall yang pengunjungnya tidak pernah sepi dan jumlah *outlet*nya juga lebih banyak dibanding *outlet* produk lokal.

B. Sejarah dan Profil Akun Instagram BajuBekas_Oke

Perkembangan industri pakaian bekas *import* di Indonesia membuat semakin menjamurnya para pelaku bisnis yang tidak menyalakan peluang yang ada. Terbukti dengan semakin banyak toko-toko pakaian bekas *import* yang menjual produk pakaian bekasnya secara konvensional atau *online* melalui media sosial.

Salah satu pelaku bisnis pakaian bekas *import branded* yang sudah sukses dalam industri pakaian bekas *import* adalah Mas Billy. Sedikit bercerita kepada peneliti, bahwa mantan pegawai tetap Bank BTN ini awalnya hanya seorang “pamakai” dalam artian hanya menikmati pakaian bekas *import branded* untuk konsumsi pribadi, tidak untuk dijual lagi. Mas Billy juga memandang sebelah mata bisnis pakaian bekas *import* yang dijalani oleh salah satu temannya yang sekarang juga sudah sukses di industri pakaian bekas *import*.

Seiring berjalannya waktu, rasa penasaran melihat kesuksesan temannya dan tekad yang semakin besar membuat Mas Billy memutuskan *resign* dari Bank BTN dan ingin fokus menjalani bisnis pakaian bekas *import*. Dengan modal 200 ribu rupiah, Mas Billy mencoba mencari dan menjual kembali pakaian bekas *import branded* yang diperolehnya dari Pasar Senin dan Pasar Baru Jakarta, dan langsung membuat *online shop* di media sosial Instagram dengan nama BajuBekas_Oke. Sejak saat itu, BajuBekas_Oke milik Mas Billy resmi ikut meramaikan persaingan di industri pakaian bekas *import branded* sejak pertengahan tahun 2014.



Gambar 2.6. Logo Akun Instagram BajuBekas_Oke dan *tagline*

Sumber: Dokumentasi Peneliti



Gambar 2.7 Mas Billy di salah satu toko pakaian bekas *import*
Sumber: Dokumentasi Akun Instagram BajuBekas_Oke



Gambar 2.8 Mas Billy diatas tumpukan karungan pakaian bekas *import*
Sumber: Dokumentasi Akun Instagram BajuBekas_Oke

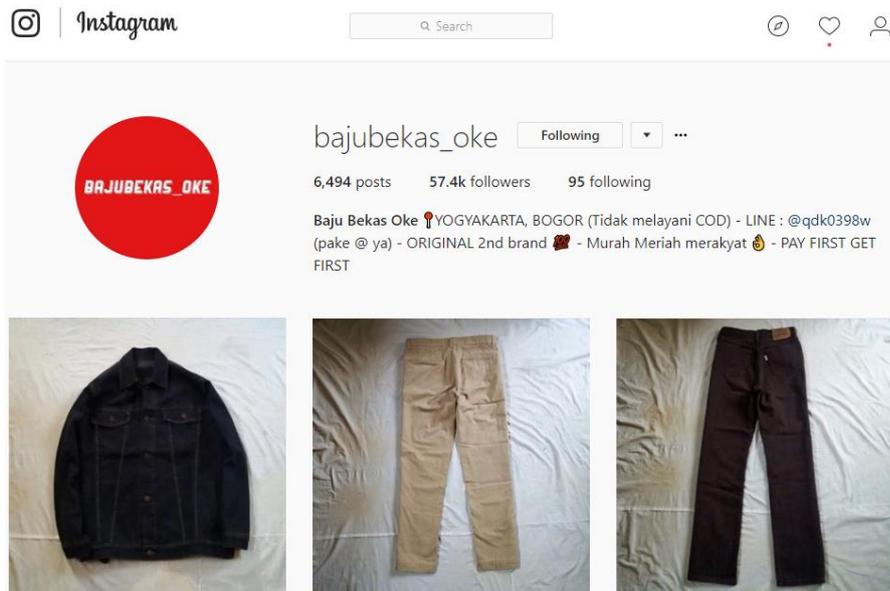
Mas Billy bercerita bahwa di tahun pertama bisnisnya berjalan, ia tidak terlalu mencari keuntungan yang banyak, tapi berusaha bagaimana membentuk sebuah *online shop* yang memberikan pelayanan maksimal, dan membuat konsumen loyal untuk terus mengikuti *online shop* miliknya, sekaligus mengubah persepsi di masyarakat tentang pakaian bekas yang dianggap kotor, tidak layak pakai, apalagi diperjualbelikan.

Usaha tersebut sukses membuat akun *online shop* BajuBekas_Oke miliknya diikuti oleh kurang lebih 15000 *followers* di Instagram dalam kurun waktu satu tahun. Jumlah yang sangat banyak untuk ukuran *online shop* terlebih yang menjual produk pakaian bekas.

Memasuki tahun kedua, Mas Billy lebih maksimal mencari keuntungan dan juga mulai kewalahan dengan konsumen yang semakin bertambah. Mas Billy memutuskan mempekerjakan seseorang yang juga teman dekatnya menjadi admin BajuBekas_Oke yang bertugas memposting dan melayani konsumen .

Sempat juga diremehkan dan dipandang sebelah mata oleh orang-orang terdekat bahkan kedua orang tuanya karena keputusan Mas Billy *resign* dari pekerjaan tetapnya sebagai pegawai Bank, Mas Billy berhasil membuktikan bahwa keputusan yang diambalnya menjadi pelaku bisnis pakaian bekas *import* membawanya kepada kesuksesan di tahun ketiga BajuBekas_Oke berjalan.

Semakin lengkap kebahagiaan Mas Billy ketika di bulan Mei kemarin melangsungkan pernikahan dengan kekasihnya yang menemani seluruh perjalanannya dari masih menjadi pegawai Bank sampai meraih kesuksesan dengan bisnis pakaian bekas *importnya* lewat *online shop* BajuBekas_Oke.



Gambar 2.9 Halaman akun Instagram *online shop* BajuBekas_Oke

Sumber: Dokumentasi Akun Instagram BajuBekas_Oke



Gambar 2.10 Produk pakaian bekas *import* BajuBekas_Oke

Sumber: Dokumentasi Akun Instagram BajuBekas_Oke