

## **BUDAYA POPULER FASHION THRIFTING PADA MAHASISWA**

**Adiba Salsabila<sup>1</sup>, Maria Fitriah<sup>2</sup>, Agustini<sup>3</sup>**

**Email: [adibasals@gmail.com](mailto:adibasals@gmail.com)<sup>1</sup>, [maria.fitriah@unida.ac.id](mailto:maria.fitriah@unida.ac.id)<sup>2</sup>, [agustin@unida.ac.id](mailto:agustin@unida.ac.id)<sup>3</sup>**

**Universitas Djuanda**

**Abstrak:** Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan fashion yang tidak luput dari pengaruh budaya Barat. Saat ini Fashion thrifting dapat dikatakan sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa karena mereka cenderung suka berinovasi dan ingin tampil gaya dengan biaya yang terjangkau. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana budaya populer fashion thrifting pada mahasiswa di Kota Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Sampel penelitian diperoleh melalui teknik probability sampling kemudian dilakukan uji validitas serta reliabilitas menggunakan bantuan SPSS 29. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Budaya Populer Fashion Thrifting termasuk dalam kategori Sangat Baik, dengan nilai tertinggi pada indikator Tren. Hal ini menunjukkan tingginya minat dan penerimaan terhadap budaya populer fashion thrifting di kalangan mahasiswa.

**Kata Kunci:** Budaya Populer, Fashion Thrifting.

**Abstract:** *Indonesia is one of the countries with fashion development influenced by Western culture. Currently, thrifting fashion can be considered a popular culture among students as they tend to be innovative and want to look stylish at an affordable cost. The aim of this research is to understand the popular culture of thrifting fashion among students in the City of Bogor. The research method used is quantitative with a survey method. The data analysis technique uses simple linear regression. The research sample is obtained through probability sampling technique, followed by validity and reliability test using SPSS 29. Based on the research findings, it can be concluded that the Popular Culture of Fashion Thrifting is included in the very good category, with the highest score on the trend indicator. This shows the high interest and acceptance of the popular culture of fashion thrifting among students.*

**Keywords:** *Seleccio, Thrift Shop Prohibition Policy, Trend, Popular Culture Of Thriftig Fashion.*

### **PENDAHULUAN**

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat adanya peningkatan yang signifikan dalam impor pakaian bekas selama tahun 2018-2019, puncaknya pada tahun 2019 dengan volume mencapai 392 ton. Namun, angka tersebut mengalami penurunan setiap tahunnya dan sampai pada tahun 2021 volume impor pakaian bekas berhasil mencapai angka dibawah 10 Ton. Belakangan ini thrift shop mulai ramai lagi, terbukti dengan peningkatan volume impor pakaian bekas yang masuk ke Indonesia di tahun 2022 sebesar 222,75% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 8 ton (Putri, 2023).

Pakaian bekas merupakan barang yang dilarang impor hal ini tertulis di Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) No. 40 Tahun 2022, Tentang Perubahan Permendag No. 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor yang terdapat dalam pasal 2 Ayat 3 yang salah satunya bertuliskan bahwa Barang Dilarang Impor berupa kantong bekas, karung bekas, dan pakaian bekas. Menteri perdagangan telah mengambil tindakan pemusnahan

terhadap pakaian bekas impor sebagai bentuk komitmen dalam penegakan hukum terkait dengan pelanggaran dibidang perdagangan, perlindungan konsumen serta industri tekstil dalam negeri (Kemendag, 2023).

Salah satu tindakan yang diambil oleh pemerintah adalah menutup toko online (e-commerce) yang menjual pakaian thrift di platformnya (Fitra, 2023). Perdagangan internet atau e-commerce saat ini telah menjadi tren gaya hidup baru di kalangan penduduk perkotaan di Indonesia. Selain itu informasi dari perusahaan konsultan global McKinsey and Co. dan data pasar global menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu pasar e-commerce dengan pertumbuhan paling pesat di tingkat global (Rahmidilla et al., 2019). Beberapa platform e-commerce seperti Tik-tok Shop, Shopee, dan Tokopedia juga sudah memenuhi perintah untuk menghapus seller-seller thrift shop di aplikasinya (Utami, 2023).

Saat ini Fashion thrifting dapat dikatakan sebagai budaya populer di kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh minat mereka dalam berinovasi dan ingin tampil stylish tanpa mengeluarkan biaya yang besar (Rizka, 2022). Mahasiswa percaya bahwa keberadaan hal baru akan meningkatkan daya tarik dan keinginan untuk memilikinya. Pandangan ini mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Ketika mahasiswa membeli pakaian thrift branded, mereka menitikberatkan pada aspek ekonomi dengan memilih harga jual yang terjangkau (Liani & Fitriah, 2023).

Fashion Thrifting menjadi tren dunia dan mendapatkan pengaruh dari influencer, media massa, dan media sosial. Selain itu, budaya Fashion thrifting juga didukung oleh komunitas thrift yang mengadakan acara-acara thrift dan menciptakan personal branding yang populer di kalangan mahasiswa (Rizka, 2022). Keterkaitan antara Fashion Thrifting dan Budaya Populer tidak dapat dipungkiri, karena fashion sendiri menjadi bagian yang tak terpisahkan dari ekspresi dalam budaya populer (Suarningsih et al., 2022).

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei yang diolah secara kuantitatif. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari lokasi tertentu yang alamiah (bukan buatan), namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, seperti mendistribusikan kuesioner, melakukan tes, melakukan wawancara terstruktur, dan sebagainya (Sugiyono, 2015).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan menarik kesimpulan setelahnya (Siyoto & Sodik, 2015).

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Bogor. yang terdiri dari tiga Universitas, yaitu:

Tabel 1

No	Universitas	Jumlah
1	Universita Ibn Khaldun	7.970
2	Institut Bisnin dan Informatika Kesatuan	3.728
3	Universitas Nusa Bangsa	935
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>12.633</b>

Sumber: PDDikti.KEMENDIKBUD

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi. Jika ukuran populasi sangat besar dan peneliti tidak mampu mengkaji

keseluruhan karena keterbatasan sumber daya seperti dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat memanfaatkan sampel yang merepresentasikan populasi tersebut (Sugiyono, 2015).

Peneliti memiliki kriteria sampling tertentu untuk memilih responden yang dianggap sesuai dengan tujuan sebagai berikut:

1. Memiliki pengalaman berbelanja pakaian di thrift shop.
2. Mengetahui dan membaca informasi kebijakan larangan thrift shop.
3. Mahasiswa di Kota Bogor; Universitas Ibn Khaldun; Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan; Universitas Nusa Bangsa.

Rumus Slovin digunakan untuk menentukan besar sampel dengan Margin of Error sebesar 5% atau 0,05. Adapun Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e<sup>2</sup> = Margin of Error (Batas Toleransi Kesalahan)

Adapun perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{12.633}{1 + 12.633 (0,05)^2}$$

$$n = n = \frac{31.095}{32,5825}$$

$$n = 387,7$$

$$n = 388$$

Maka besar sampel minimal dari 12.633 populasi dengan Margin of Error atau Batas Toleransi Kesalahan yang ditentukan sebesar 5% adalah sebesar 388 sampel.

Data Primer diperoleh dari lokasi penelitian dengan kuesioner yang diberikan kepada responden yang telah terpilih sebagai sampel penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Djuanda Bogor. Kemudian Data Sekunder diperoleh dengan melakukan Penelitian kepustakaan dan Wawancara.

Skala likert digunakan sebagai alat pengukur untuk menilai sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial (Siregar, 2017). Weighted Means Score (WMS) kemudian digunakan untuk menghasilkan skor rata-rata yang diberikan oleh responden pada setiap item pertanyaan sesuai dengan kriteria atau tolak ukur yang digunakan (Annisa, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Budaya Populer Fashion Thrifting Pada Mahasiswa

Hasil penelitian tentang Budaya Populer Fashion Thrifting Pada Mahasiswa adalah sebagai berikut:

Tabel 2 tanggapan mahasiswa menyukai fashion thrifting  
Karena harganya terjangkau

No	Alternatif Jawaban	F	(X)	F(X)	%	$M = \frac{\sum f(x)}{n}$
1	Sangat Setuju	294	5	1470	75,8%	4,75
2	Setuju	93	4	372	24%	
3	Kurang Setuju	0	3	0	0%	
4	Tidak Setuju	0	2	0	0%	
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>		<b>388</b>	<b>15</b>	<b>1843</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 75,8% mahasiswa menyatakan **Sangat Setuju** menyukai fashion thrifting karena harganya terjangkau dengan nilai akhir penafsiran sebesar 4,75 dalam kategori **Sangat Baik**. Artinya sebagian besar mahasiswa menyukai produk fashion thrifting karena harganya yang terjangkau. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan Cantika sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Kota Bogor, pada 08 Desember 2023 yang menyatakan bahwa dirinya menyukai thrifting karena bisa mendapatkan pakaian yang unik dan harganya terjangkau.

Tabel 3 Tanggapan Mahasiswa Budaya Konsumsi Membuat Meniru  
Pembelian Produk Fashion Thrifting

No	Alternatif Jawaban	F	(X)	F(X)	%	$M = \frac{\sum f(x)}{n}$
1	Sangat Setuju	174	5	870	44,8%	4,42
2	Setuju	204	4	816	52,6%	
3	Kurang Setuju	9	3	27	2,32%	
4	Tidak Setuju	1	2	2	0,26%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0	0%	
<b>Jumlah</b>		<b>388</b>	<b>15</b>	<b>1715</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 52,6% mahasiswa menyatakan **Setuju** bahwa budaya konsumsi membuat mahasiswa meniru pembelian produk fashion thrifting dengan nilai akhir penafsiran sebesar 4,42 dalam kategori **Sangat Baik**. Artinya sebagian besar mahasiswa merasa bahwa budaya konsumsi berperan dalam mendorong mahasiswa untuk meniru pembelian produk fashion thrifting. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan Cantika sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Kota Bogor, pada 08 Desember 2023 yang menyatakan bahwa budaya konsumsi yang menuntut untuk memiliki barang baru mempengaruhinya untuk membeli produk fashion thrifting.

Tabel 4 Tanggapan Mahasiswa Budaya Populer Fashion Thrifting  
Mudah Diikuti Karena Harganya Terjangkau

No	Alternatif Jawaban	F	(X)	F(X)	%	$M = \frac{\sum f(x)}{n}$
----	--------------------	---	-----	------	---	---------------------------

1	Sangat Setuju	221	5	1105	57%	<b>4,57</b>
2	Setuju	166	4	664	42,8%	
3	Kurang Setuju	1	3	3	0,26%	
4	Tidak Setuju	0	2	0	0%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0	0%	
<b>Jumlah</b>		<b>388</b>	<b>15</b>	<b>1772</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57% mahasiswa menyatakan **Sangat Setuju** bahwa budaya populer fashion thrifting mudah diikuti karena harganya terjangkau dengan nilai akhir penafsiran sebesar 4,57 dalam kategori **Sangat Baik**. Artinya sebagian besar mahasiswa merasa mudah mengikuti budaya populer fashion thrifting karena harganya yang terjangkau. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan Cantika sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Kota Bogor, pada 08 Desember 2023 yang menyatakan bahwa budaya populer fashion thrifting mudah diikuti karena harganya yang terjangkau.

Tabel 5 Tanggapan Mahasiswa Budaya Populer Fashion Thrifting Memiliki Daya Tarik Kuat Di Antara Tren Fashion Lain

No	Alternatif Jawaban	F	(X)	F(X)	%	$M = \frac{\sum f(x)}{n}$
1	Sangat Setuju	198	5	990	51%	<b>4,51</b>
2	Setuju	189	4	756	48,7%	
3	Kurang Setuju	1	3	3	0,26%	
4	Tidak Setuju	0	2	0	0%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0	0%	
<b>Jumlah</b>		<b>388</b>	<b>15</b>	<b>1749</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 51% mahasiswa menyatakan **Sangat Setuju** bahwa budaya populer fashion thrifting memiliki daya tarik kuat di antara tren fashion lain dengan nilai akhir penafsiran sebesar 4,51 dalam kategori **Sangat Baik**. Artinya budaya populer fashion thrifting dianggap positif di kalangan mahasiswa. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan Cantika sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Kota Bogor, pada 08 Desember 2023 yang menyatakan bahwa banyak keuntungan yang dirasakan dari budaya populer fashion thrifting mulai dari mendapatkan pakaian yang unik, harganya yang terjangkau, memberikan kepuasan tersendiri ketika menemukan item yang unik.

Tabel 6 Tanggapan Mahasiswa Thrifting Membantu Menghemat Uang Dalam Berbelanja Produk Fashion

No	Alternatif Jawaban	F	(X)	F(X)	%	$M = \frac{\sum f(x)}{n}$
1	Sangat Setuju	218	5	1090	56,2%	4,56
2	Setuju	170	4	680	43,8%	
3	Kurang Setuju	0	3	0	0%	
4	Tidak Setuju	0	2	0	0%	
5	Sangat Tidak Setuju	0	1	0	0%	
<b>Jumlah</b>		<b>388</b>	<b>15</b>	<b>1770</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 56,2% mahasiswa menyatakan **Sangat Setuju** bahwa thrifting membantu menghemat uang dalam berbelanja produk fashion dengan nilai akhir penafsiran sebesar 4,56 dalam kategori **Sangat Baik**. Artinya budaya populer fashion thrifting merupakan cara yang efektif untuk menghemat uang dalam berbelanja produk fashion. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan Cantika sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Kota Bogor, pada 08 Desember 2023 yang menyatakan bahwa budaya populer fashion thrifting membantunya menghemat uang, dimana bisa mendapatkan banyak pilihan tanpa harus boros.

Tabel 7 Rekapitulasi Indikator Pada Variabel Budaya Populer Fashion Thrifting (Y)

No	Indikator Budaya Populer Fashion Thrifting	Skor Rata-rata	Kriteria Penafsiran
1	Tren	4,58	Sangat Baik
2	Keseragaman Bentuk	4,39	Sangat Baik
3	Adaptabilitas	4,50	Sangat Baik
4	Durabilitas	3,75	Baik
5	Profitabilitas	4,52	Sangat Baik
<b>Rata-rata</b>		<b>4,35</b>	<b>Sangat Baik</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata penilaian mahasiswa mengenai Variabel Budaya Populer Fashion Thrifting (Y) sebesar **4,35** dengan kriteria penafsiran **Sangat Baik**. Indikator dengan skor tertinggi adalah indikator Tren yaitu sebesar **4,58** dengan kriteria **Sangat Baik**. Hal ini menunjukkan tingginya minat dan penerimaan terhadap budaya populer fashion thrifting di kalangan mahasiswa.

Indikator **Tren** memiliki dua item yaitu Menerima Produk dan Menyukai Produk. Tanggapan mahasiswa terhadap indikator Tren memiliki nilai rata-rata **4,58** dengan kriteria penafsiran **Sangat Baik**. Hasil menunjukkan bahwa tren fashion thrifting memiliki potensi untuk menjadi budaya populer, karena mendapat respon positif dari mahasiswa. Beberapa faktor seperti kekinian, kenyamanan, harga yang terjangkau, dan daya tarik tersendiri menjadi poin utama yang mempengaruhi tren ini.

Indikator **Keseragaman Bentuk** memiliki item Meniru Pola Pembelian Produk.

Tanggapan mahasiswa terhadap indikator Keseragaman Bentuk memiliki nilai rata-rata 4,39 dengan kriteria penafsian Sangat Baik. Hasil menunjukkan bahwa mahasiswa menunjukkan keseragaman bentuk dalam pola pembelian produk fashion thrifting. Hal ini dapat dijelaskan oleh pengaruh gaya orang lain dan budaya konsumsi yang mendorong mahasiswa untuk meniru dan mengadopsi tren yang sama. Nilai yang tinggi menunjukkan tingkat dan keterlibatan yang tinggi terhadap budaya populer fashion thrifting

Indikator **Adaptabilitas** memiliki dua item yaitu Kemudahan Dalam Menikmati Budaya Populer dan Mengadopsi Budaya Populer. Tanggapan mahasiswa terhadap indikator Adaptabilitas memiliki nilai rata-rata **4,50** dengan kriteria penafsian **Sangat Baik**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menilai adaptabilitas terhadap budaya populer khususnya fashion thrifting sangat baik. Kemudahan dalam menikmati dan mengadopsi budaya populer ini tercermin dalam persepsi mereka terhadap harga yang terjangkau dan kemampuan untuk mengaplikasikan gaya berpakaian yang sesuai dengan tren fashion thrifting. Tingkat adopsi yang tinggi juga terindikasi dari fakta bahwa fashion thrifting telah menjadi bagian dari gaya berpakaian sebagian besar mahasiswa. Media sosial memegang peran penting dalam menyebarkan dan mempopulerkan tren ini di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa budaya populer fashion thrifting mudah diterima dan diadopsi oleh mahasiswa.

Indikator **Durabilitas** memiliki dua item yaitu ujian waktu dan persaingan budaya serupa. Tanggapan mahasiswa terhadap indikator Durabilitas memiliki nilai rata-rata 3,75 dengan kriteria penafsian **Baik**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berkomitmen untuk terus mengikuti tren ini dari waktu ke waktu. Persepsi daya tarik yang kuat dari budaya populer fashion thrifting ini juga mengindikasikan bahwa fashion thrifting memiliki potensi untuk bertahan dalam persaingan dengan tren fashion lainnya.

Indikator **Profitabilitas** memiliki item dukungan fashion. Tanggapan mahasiswa terhadap indikator Profitabilitas memiliki nilai rata-rata **4,52** dengan kriteria penafsian **Sangat Baik**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan fashion terhadap budaya populer ini terlihat dalam kemampuannya menciptakan identitas, menghemat uang, dan memberikan wadah untuk ekspresi diri bagi para mahasiswa. Fokus pada bagaimana fashion thrifting membantu mahasiswa mengekspresikan diri dan menciptakan identitas dapat menjadi faktor penting yang meningkatkan daya tarik dan keberhasilannya di kalangan mahasiswa.

## **KESIMPULAN**

Pada data hasil yang ditemukan mengenai Budaya Populer Fashion Thrifting Pada Mahasiswa dengan nilai mean 4,35 termasuk dalam kategori Sangat Baik, dengan nilai tertinggi ada pada indikator Tren. Hal ini menunjukkan tingginya minat dan penerimaan terhadap budaya populer fashion thrifting di kalangan mahasiswa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fitra, K. S. (2023). Toko Online Jual Baju Bekas Impor Ditutup, Ini Tanggapan Shopee. *Bisnis.Com*.
- Kemendag Musnahkan Pakaian Bekas Impor Senilai Rp10 Miliar. (2023). Kementerian Perdagangan RI. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/kemendag-musnahkan-pakaian-bekas-impor-senilai-rp10-miliar>
- Liani, S. R., & Fitriah, M. (2023). Motivasi Pembelian Pakaian Second Branded pada Fenomena

- Thriftling di Instagram. KARIMAH TAUHID, 2(6), 3148–3161.
- Putri, A. A. (2023). Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo>
- Rahmidilla, S., Luthfie, M., & Agustini, M. (2019). Perilaku Irrasional Konsumen Pengguna E-Commerce Irrasional Behavioural of E-Commerce Consumer. JURNAL KOMUNIKATIO, 5(1).
- Rizka, F. F. N. (2022). Fashion Thrifting Sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa. UNPAS.
- Siregar, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Suarningsih, N. K., Nugroho, W. B., & Aditya, I. G. N. A. K. (2022). Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. Jurnal Sosiologi, 1(2).
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Utami, S. (2023). Thrifting Shop di E-Commerce Siap-siap Ditutup, Ini Tanggapan Tokopedia & Shopee. KumparanBISNIS. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/thrifting-shop-di-e-commerce-siap-siap-ditutup-ini-tanggapan-tokopedia-and-shopee-202ShqGoU9q>