



**ASPEK YANG MENDASARI PEDAGANG BAJU BEKAS BERTAHAN PADA
PEKERJAANNYA**

(STUDI DESKRIPTIF PEDAGANG BAJU BEKAS DI PASAR GOMBEK DESA
WONOASRI, KECAMATAN GROGOL KABUPATEN KEDIRI)

***THE UNDERLYING ASPECT THRIFT MERCHANTS HANG
ON TO HIS JOB***

*(DESCRIPTIVE STUDY TRADERS SECOND-HAND CLOTHES AT THE MARKET
GOMBEK WONOASRI VILLAGE, GROGOL SUBDISTRICT DISTRICT KEDIRI)*

SKRIPSI

Oleh

Niti Ayuandari

NIM 120910301012

**JURUSAN ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**ASPEK YANG MENDASARI PEDAGANG BAJU BEKAS BERTAHAN PADA
PEKERJAANNYA**

(STUDI DESKRIPTIF PEDAGANG BAJU BEKAS DI PASAR GOMBEK DESA
WONOASRI, KECAMATAN GROGOL KABUPATEN KEDIRI)

***THE UNDERLYING ASPECT THRIFT MERCHANTS HANG
ON TO HIS JOB***

*(DESCRIPTIVE STUDY TRADERS SECOND-HAND CLOTHES AT THE MARKET
GOMBEK WONOASRI VILLAGE, GROGOL SUBDISTRICT DISTRICT KEDIRI)*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial (SI)
dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh

Niti Ayuandari

NIM 120910301012

**JURUSAN ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2016

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

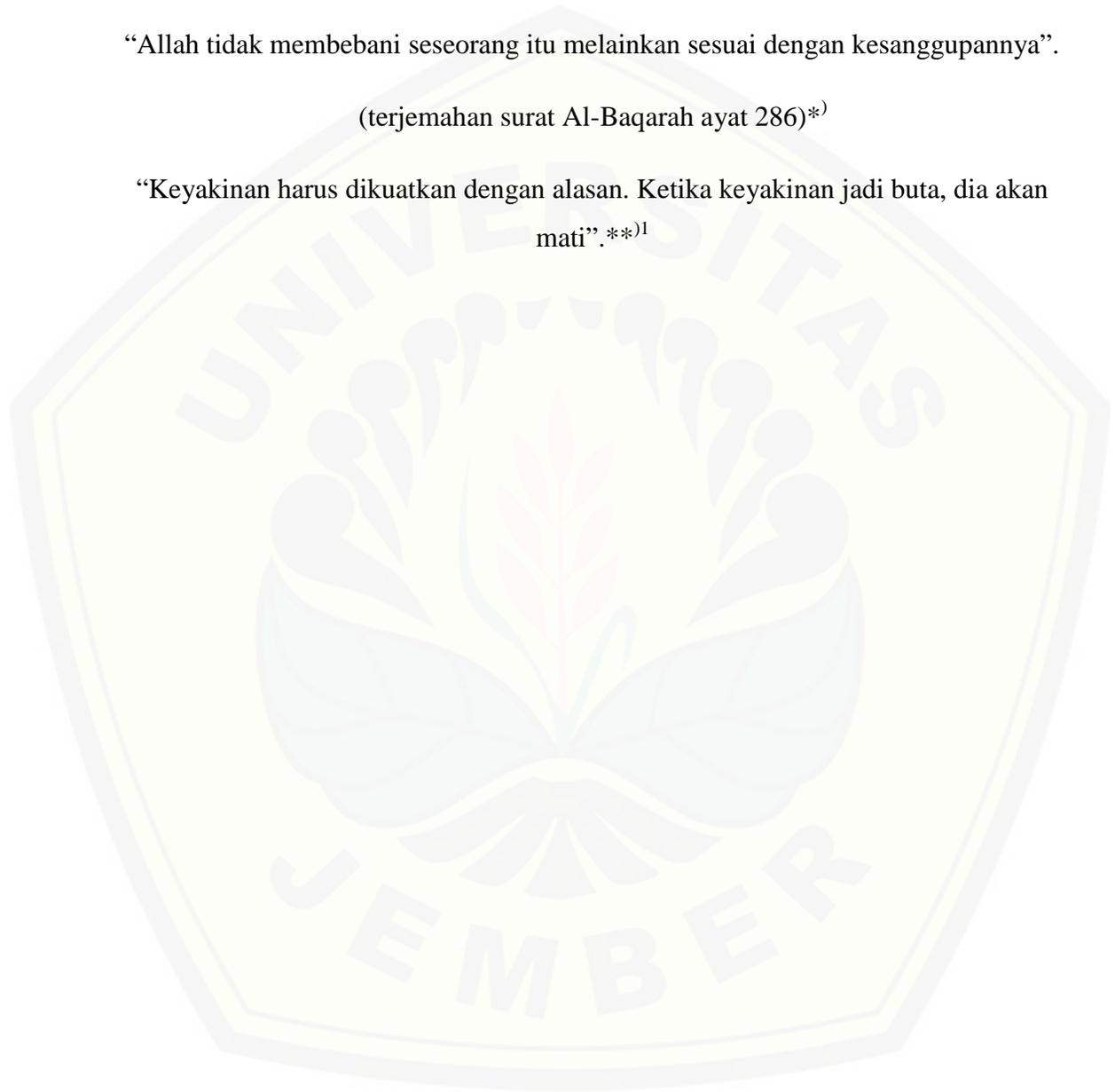
1. Alm. Bapak Suyitno dan Ibu Sukezi yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus dan pengorbanan yang sangat berarti untuk kesuksesan anaknya.
2. Kakakku Afianti Nila Sari serta keluarga besar dari kedua orang tuaku yang selalu memberikan semangat dan doanya selama ini kepada penulis.
3. Guru-guruku sejak dibangku Sekolah Dasar sampai dengan Perguruan Tinggi, terimakasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan juga bimbingan dengan penuh kesabaran.
4. Almater Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(terjemahan surat Al-Baqarah ayat 286)*)

“Keyakinan harus dikuatkan dengan alasan. Ketika keyakinan jadi buta, dia akan mati”.**)¹



¹ *) Al-Qur'an Terjemah. 2005. Jakarta: Al-Huda.

***) Mahatma Gandhi. 2015. <http://lifeblogid.com/2015/01/18/kata-kata-bijak-mahatmagandhi-tentang-kehidupan/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Niti Ayuandari

NIM : 120910301012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya (Studi Deskriptif Pedagang Baju Bekas Di Pasar Gombek Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri)”, adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun. Karya ilmiah ini juga bukan jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya, sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 01 November 2016
Yang menyatakan,

Niti Ayuandari
NIM 120910301012

SKRIPSI

**ASPEK YANG MENDASARI PEDAGANG BAJU BEKAS BERTAHAN PADA
PEKERJAANNYA**

(STUDI DESKRIPTIF PEDAGANG BAJU BEKAS DI PASAR GOMBEK DESA
WONOASRI, KECAMATAN GROGOL KABUPATEN KEDIRI)

Oleh

Niti Ayuandari

NIM 120910301012

Dosen Pembimbing

Drs. Partono, M.Si

NIP. 195608051986031003

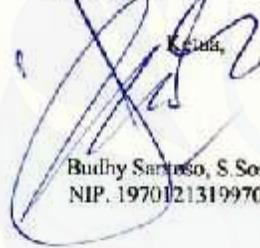
PENGESAHAN

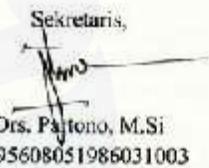
Skripsi berjudul "Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya (Studi deskriptif pedagang baju bekas di pasar gembek Desa Wonoreji Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri)" telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 11 Oktober 2016

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

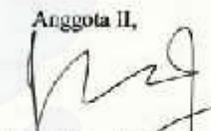
Tim Penguji :


Ketua,
Budhy Santoso, S.Sos., M.Si
NIP. 197012131997021001

Sekretaris,

Drs. Pajono, M.Si
NIP.195608051986031003

Anggota I,

Drs. Syech Hariyono M.Si
NIP. 195904151989021001

Anggota II,

Arif, S.Sos., M.AP
NIP. 197603102003121003

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ardiyanto, M.Si.
NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

“Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya (Studi Deskriptif Pedagang Baju Bekas Di Pasar Gombek Desa Wonoasri, Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri); Niti Ayuandari, 120910301012, 2016; 126 halaman; Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Dengan kurangnya kesempatan kerja dari sektor formal, maka sektor informal menjadi salah satu pilihan utama bagi mereka yang membutuhkan pekerjaan. Salah satu pekerjaan dari sektor informal tersebut adalah sebagai pedagang baju bekas yang ada di pasar gombek. Menjadi pedagang baju bekas merupakan salah satu profesi yang mereka pilih dengan melihat aspek dari lingkungan sekitar. Dalam menjalankan usaha tersebut tidaklah mudah, permasalahan dari penelitian ini adalah aspek apa yang mendasari para pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya. Dan strategi apa saja yang mereka gunakan untuk meningkatkan pendapatan. Karena sudah adanya larangan mengenai berjualan barang bekas dan sudah adanya toko yang menjual baju baru dengan harga yang relatif murah sehingga akan menyebabkan daya saing yang tinggi.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang telah dilakukan adalah observasi partisipatif pasif dan wawancara tidak terstruktur yang dapat memberi peluang kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan bagi informan. Pemilihan informan diambil secara *purposive* (sengaja) dimana informan pokok yang telah dipilih adalah 5 (lima) orang pedagang baju bekas dan informan tambahan adalah konsumen dan masyarakat sekitar pasar gombek. Tahap keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi berdasarkan sumber.

Aspek-aspek yang mendasari para pedagang baju bekas di pasar gombek bertahan pada pekerjaannya, yaitu:

1. Perilaku konsumen

Dengan melihat dari perilaku konsumen di sekitar lingkungan pasar gombek khususnya para peminat baju bekas tersebut maka pedagang baju bekas akan mengetahui model baju seperti apa yang banyak digemari oleh mereka dan merk apa saja yang lagi musim.

2. Model baju bekas yang unik

Baju-baju yang dijual di pasar gombek dapat dibilang baju *vintage* karena baju-baju tersebut merupakan baju model dulu yang sekarang kembali diminati oleh masyarakat sekitar dan baju tersebut tidak akan diproduksi lagi.

3. Masih mudah untuk *kulakan* baju bekas

Para pedagang baju bekas lebih sering mengambil baju bekas atau *kulakan* dari kota lain yang pemasokannya lebih banyak.

4. Mendapatkan keuntungan

Para pedagang baju bekas tetap *eksis* berjualan di lokasi pasar gombek. Karena masih mendapat keuntungan yang cukup banyak.

Sedangkan strategi yang dilakukan oleh pedagang baju bekas untuk meningkatkan pendapatannya dan meningkatkan minat para konsumen, adalah:

1. Kemampuan memilah harga barang dagangan untuk menentukan pendapatan tinggi
Mereka selalu memilah model baju, warna, kualitas, dan merknya untuk menentukan harga setiap baju tersebut. Sehingga dengan begitu mereka bisa mendapatkan untung yang lumayan tinggi dari baju yang model dan kualitasnya masih bagus, selain itu dari merk baju yang banyak digemari oleh para konsumen karena harganya pasti bisa 3x lipat dari baju merk biasa.
2. Selektif dalam memilah waktu berjualan
Pada hari biasa mereka sering buka lebih siang karena pelanggannya kebanyakan kan anak sekolah dan orang kantor. Sedangkan pada hari libur mereka akan buka lebih pagi karena lebih banyak pelanggan yang sedang libur akan berkunjung kesana.
3. Menambah barang dagangan
Pedagang baju bekas harus lebih mengerti mengenai model baju dan merk baju yang banya digemari oleh konsumennya. Sehingga merka akan selalu menambah barang dagangannya saat ada model-model baru sehingga terkesan selalu *uptodate*.
4. Mencari tempat berdagang yang strategis
Pedagang harus lebih pintar saat mencari toko disekitar pasar gombek yang dapat dilihat oleh banyak orang.

Dapat disimpulkan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya yaitu dengan melihat perilaku konsumen, model baju bekas yang unik, masih mudahnya untuk kulakan baju bekas, dan mendapatkan keuntungan. Sedangkan strategi yang mereka lakukan adalah kemampuan memilah harga barang dagangan untuk menentukan pendapatan tinggi, selektif dalam memilih waktu berjualan, mencari tempat berdagang yang strategis. Saran peneliti untuk pedagang yaitu pedagang baju bekas seharusnya lebih memperhatikan kebersihan baju yang mereka jual, seperti mengemas dengan rapi dan wangi, baju bekas yang sudah tidak layak pakai seharusnya tidak perlu dijual, dan pelayanan yang kurang baik yang tidak disadari oleh para pedagang akan berakibat pada menurunnya pengunjung dan pada akhirnya pendapatan akan menurun. Dengan demikian dalam suatu perdagangan harus diciptakan hubungan yang baik kepada konsumen agar tetap menjadi pelanggan.

Kata Kunci: Sektor Informal, Aspek Yang mendasari, Strategi, Kesejahteraan

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpah rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya(Studi Deskriptif Pedagang Baju Bekas Di Pasar Gombek Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi dan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Nur Dyah Gianawati, MA., selaku Ketua Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial.
3. Bapak Drs. Djoko Wahyudi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan masukan dan arahan selama menyelesaikan studi.
4. Bapak Drs. Partono, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, meluangkan waktu, memberikan wawasan, pikiran, dan perhatian dari tahap awal sampai penyusunan dalam penulisan skripsi ini selesai.
5. Seluruh dosen, staf, dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu kelancaran proses penyelesaian skripsi ini terutama kepada Bapak Erwin yang telah sabar membantu kelancaran administrasi penulis.
6. Bapak Shayful Bahri, selaku Kepala Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dan staf lainnya, serta semua informan yang sudah bersedia penulis wawancarai, terimakasih banyak atas kesediaan dan kerjasamanya.

7. Kedua orangtuaku Alm. Bapak Suyitno dan Ibu Sukesi yang selama ini tidak henti-hentinya dalam mendoakan, memotivasi, dan memberikan perhatiannya kepada penulis.
8. Kakakku tersayang dan keluarga besar dari Bapak dan Ibu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan kasih sayang yang selama ini diberikan kepada penulis.
9. Terimakasih untuk sahabatku Dessy Zuril Fitriani, Karlina, Asma'oeil Dwi W., Nisfatul Laili, Ulfa Khoirunnisa, Fillah Attaqy, Isnania Azizah, Aini, Ika Agriani, Nela, Kiki Indriani, Eka Septiana W., Prafitri Rahmawati, Deta Achtiana R, Holifatul Hasanah, Aisiyah, Gizanda Mahadila R., Umal Khoir, Reta, Wiga atas semangat yang diberikan. Dan yang paling utama untuk Galang Eka Prasetya, terima kasih atas semangat, dukungan, dan doanya yang tidak terhingga.
10. Teman-teman Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial angkatan 2012, terimakasih atas pertemanan yang luar biasa dan semoga kita sukses.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 01 November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Konsep Usaha Kesejahteraan Sosial	13
2.2 Konsep Kebutuhan	16
2.3 Konsep Sektor Informal	20
2.4 Konsep Pedagang	24
2.5 Konsep Perilaku Konsumen.....	26
2.6 Konsep Minat Konsumen	29
2.7 Konsep Sistem	32

2.8 Konsep Strategi	34
2.9 Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu.....	37
2.10 Kerangka Berpikir.....	39
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Jenis Penelitian.....	46
3.3 Penentuan Lokasi Penelitian.....	47
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	48
3.4.1 Informan Pokok	49
3.4.2 Informan Tambahan.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1 Observasi.....	53
3.5.2 Wawancara.....	55
3.5.3 Dokumentasi	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.7 Teknik Keabsahan Data	61
BAB 4. PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	63
4.1.1 Letak Geografis.....	63
4.1.2 Kondisi Penduduk.....	65
4.1.3 Kondisi Pendidikan.....	65
4.1.4 Kondisi Keagamaan.....	66
4.1.5 Mata Pencaharian.....	67
4.2 Deskripsi Informan.....	67
4.2.1 Informan Pokok	68
4.2.2 Umur Informan	70
4.2.3 Pendidikan Informan.....	71
4.2.4 Masa Kerja Informan	72
4.2.5 Jenis Barang Yang Dijual	73

4.2.6 Informan Tambahan.....	75
4.3 Kondisi Pedagang Baju Bekas	76
4.4 Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas	82
4.4.1 Perilaku Konsumen.....	85
4.4.2 Model Baju Bekas Yang Unik	90
4.4.3 Masih Mudahnya Untuk <i>Kulakan</i> Baju Bekas.....	93
4.4.4 Mendapatkan Keuntungan	95
4.5 Strategi Pedagang Baju Bekas	97
4.5.1 Kemampuan Memilah Harga Barang Dagangan Untuk Menentukan Pendapatan Tinggi	100
4.5.2 Selektif Dalam Memilih Waktu Berjualan	109
4.5.3 Menambah Barang Dagangan	114
4.5.4 Mencari Tempat Berdagang Yang Strategis.....	120
BAB 5. KESIMPULAN	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

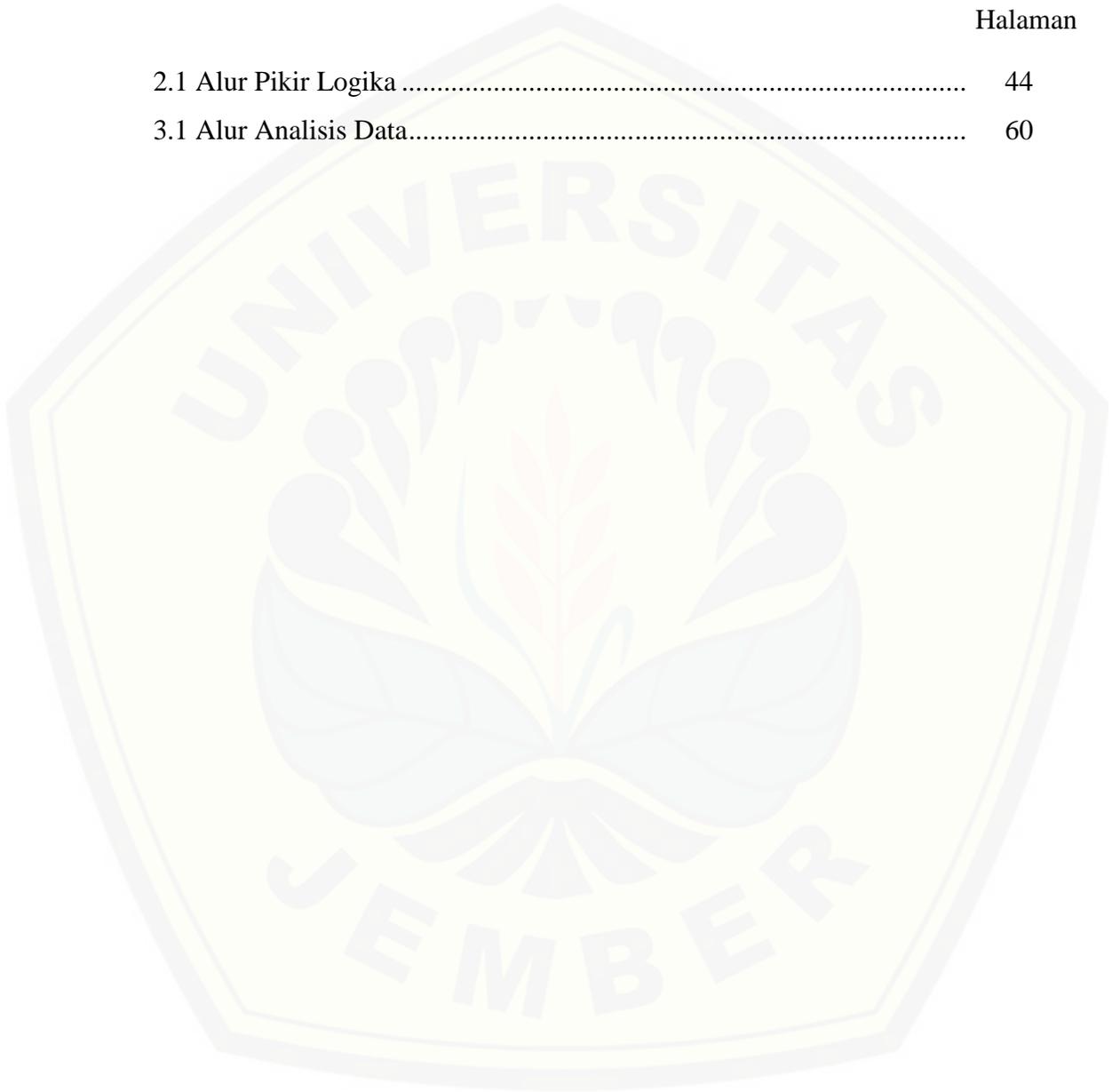
	Halaman
2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	28
4.1 Kondisi Penduduk	65
4.2 Kondisi Pendidikan	65
4.3 Kondisi Keagamaan	66
4.4 Mata Pencaharian	67
4.5 Umur Informan.....	70
4.6 Pendidikan Informan Pokok.....	71
4.7 Masa Kerja Informan	72
4.8 Jenis Barang Yang Dijual	73
4.9 Identitas Informan Tambahan	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Baju Bekas Yang Diobral	5
2.2 Baju Bekas Yang Masih Berbandrol.....	24
4.1 Lokasi Penelitian.....	64
4.2 Barang Dagangan Yang Dijual	75
4.3 Baju Berlogo Cina.....	77
4.4 Baju Yang Diobral	79
4.5 Himbauan Menjaga Kebersihan Baju Bekas	80
4.6 Baju Bekas Yang Digantung dan Didalam Karung	102

GAMBAR BAGAN

	Halaman
2.1 Alur Pikir Logika	44
3.1 Alur Analisis Data.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Pedoman Wawancara
- Lampiran 3. Taksonomi
- Lampiran 4. Transkrip Reduksi
- Lampiran 5. Surat Permohonan Ijin Penelitian dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Lampiran 6. Surat Tugas Bimbingan
- Lampiran 7. Surat Permohonan Ijin dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Pemerintah Provinsi Jawa Timur
- Lampiran 8. Surat Rekomendasi Penelitian
- Lampiran 9. Surat Permohonan Ijin Penelitian dari Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Pemerintah Kabupaten Kediri
- Lampiran 10. Surat Permohonan Ijin Penelitian dari Kecamatan Grogol
- Lampiran 11. Surat Selesai Penelitian dari Desa Wonoasri
- Lampiran 12. Foto-Foto

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Proses percepatan pembangunan yang terlalu menitik beratkan pada laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan tanpa diimbangi dengan pemerataan kesempatan kerja untuk membangun ekonomi masyarakat dapat memberikan dampak yang kurang baik, seperti semakin tingginya angka pengangguran terbuka. Sedangkan misi dalam pembangunan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat juga akan terabaikan, sehingga basis ekonomi rakyat mengalami perubahan bahkan rapuh. Kerapuhan basis ekonomi rakyat akan nampak pada saat kurangnya lowongan kerja bagi angkatan kerja yang terus mengalami peningkatan.

Seperti halnya di Kediri, jumlah penduduk usia kerja di Kediri pada Tahun 2012 mencapai 207.065 orang atau sekitar 66,29% dari total jumlah penduduk. Jumlah angkatan kerjanya mencapai 138.590 orang atau 44,37% dari jumlah penduduk (BPS Kediri, 2015). Banyaknya jumlah angkatan kerja tersebut menyebabkan tingginya angka pengangguran atau pencari kerja karena lowongan kerja yang ada belum dapat menampung semua pencari kerja. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Kediri mencapai 7,66 %. Angka itu membuat Kediri menempati urutan pertama tertinggi di Jawa Timur. Dari data yang dihimpun tim adakitaneews.com, dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kediri tercatat ada 11.133 jiwa pengangguran terbuka dari 145.426 jiwa angkatan kerja.

Banyaknya tenaga kerja atau pencari kerja yang menganggur di kota-kota besar khususnya di Kediri yang tidak lain disebabkan karena sulitnya memperoleh pekerjaan di sektor formal. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi awalnya diharapkan mampu menyerap angkatan kerja dalam jumlah besar, namun tidak demikian kenyataannya. Persentase penduduk yang bekerja menurut lapangan usaha menunjukkan bahwa sektor pertanian mengalami penurunan, sehingga sektor industri

harapan. Selain itu, di Kediri yang terkenal dengan adanya pabrik rokok Gudang Garam dan pabrik gula nyatanya juga belum bisa menampung angkatan kerja yang ada karena persyaratan untuk bekerja di sektor formal terlalu tinggi seperti pendidikan yang dibatasi sampai tamatan SMA/SMK. Sedangkan pendidikan para pencari kerja tersebut hanya sampai SMP bahkan ada yang tamatan SD. Dalam usaha memenuhi berbagai kebutuhan hidup, setiap orang harus melakukan berbagai upaya untuk dapat memperoleh penghasilan yang layak. Tetapi menjadi permasalahan bahwa semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan syarat yang dimiliki, sehingga mereka beralih ke sektor informal untuk mendapatkan pekerjaan demi mencapai kesejahteraan dalam hidupnya.

Dengan demikian sektor informal dapat membantu proses pembangunan dalam masyarakat, karena dianggap sebagai suatu perwujudan dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja di kota-kota yang sedang berkembang. Sektor informal merupakan salah satu bidang pekerjaan yang mampu menampung tenaga kerja serta menyerap angkatan kerja yang ada. Masyarakat yang bertujuan untuk mencari kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan akan beralih ke sektor informal. Selain itu, sektor informal yang ada di Kediri juga mampu memberikan hasil yang berarti, baik dalam penyerapan tenaga kerja maupun kapasitas output-nya.

Mayoritas penduduk Desa Wonoasri yang bekerja dalam sektor informal adalah sebagai pedagang. Pada umumnya bekerja sebagai pedagang masuk dalam sektor informal karena tidak mempunyai persyaratan khusus untuk melakukannya, salah satu contohnya adalah pedagang baju bekas. Dari tahun-ketahun semakin maraknya perdagangan baju bekas di Kediri, meskipun sudah adanya larangan mengenai perdagangan barang bekas tersebut. Pedagang baju bekas merupakan bagian dari sektor informal karena lahan pekerjaannya terbuka bagi siapapun dan bidang ini tidak menuntut klasifikasi khusus dari pelakunya serta pendidikannya tidak perlu tinggi. Ada sekitar 20 pedagang baju bekas di Kabupaten Kediri, yaitu di sepanjang jalan raya Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Pedagang baju bekas adalah pekerjaan di sektor informal yang jarang kita temui disetiap daerah

dibandingkan pekerjaan sektor informal seperti pedagang kaki lima, kuli bangunan, dan lain sebagainya. Selain itu, pedagang baju bekas dikategorikan sebagai suatu jenis pekerjaan yang penting dan relatif khas dalam sektor informal, khususnya usaha kecil-kecilan yang kurang teratur sebagai penambah tingkat pendapatan untuk tujuan yang ingin mereka capai sehingga mereka dapat merasakan kesejahteraan dalam hidupnya. Pedagang baju bekas tersebut merupakan orang-orang yang berjualan baju bekas dengan memasok barang dagangan atau *kulakan* dari kota-kota besar lainnya seperti dari Kota Surabaya, Blitar, Bali, dan Bandung yang pemasokannya lebih banyak.

Wilayah Kabupaten Kediri tepatnya di sepanjang jalan raya Wonoasri Kecamatan Grogol yang biasa dikenal dengan sebutan pasar gombek inilah para pedagang baju bekas menggelar barang dagangannya. Mereka memilih lokasi di pasar gombek karena lokasinya yang strategis dan bisa berjualan setiap hari, berbeda dengan para pedagang baju bekas yang berjualan di Tulungagung yang hanya buka pada hari tertentu saja yaitu setiap hari Jum'at (sumber: pedagang baju bekas Tulungagung). Di pasar gombek, para pedagang baju bekas sudah berjualan dengan rapi tidak disembarang tempat karena harus mencari toko atau tempat yang khusus untuk berjualan baju bekas dan dianggapnya strategis. Mereka diharuskan menyewa toko tersebut untuk berjualan atau memiliki tempat sendiri yang strategis sehingga tidak berjualan disembarang tempat.

Di pasar gombek jumlah pedagang baju bekas juga selalu mengalami peningkatan sampai-sampai tempat yang seharusnya tidak layak untuk berjualan juga dibuat untuk berjualan karena kurangnya toko yang disewakan bahkan mereka juga berjualan di halaman rumahnya. Hal tersebut dapat disebabkan karena minat dari konsumen terhadap pakaian bekas tersebut masih saja ada dan mengalami peningkatan. Banyaknya resiko dari baju bekas yang tidak aman bagi kesehatan konsumen dan tidak higienis, namun konsumen seakan tidak menghiraukan segi kesehatan dari pakaian bekas tersebut, terbukti minat beli terhadap pakaian ini sangat banyak, tidak hanya konsumen kelas bawah saja akan tetapi konsumen kelas

menengah dan kelas atas pun mempunyai minat beli terhadap pakaian bekas tersebut. Mereka lebih memilih untuk membeli baju bekas daripada membeli baju baru yang mungkin harganya hampir sama. Rata-rata konsumen yang membeli pakaian bekas tersebut dikarenakan ingin terlihat *stylish* dengan harga baju yang murah, karena toko yang menjual baju bekas tersebut juga menyediakan baju bekas yang mempunyai *brand* atau merk yang sangat bagus dan terbilang mahal jika membeli di toko baju baru. Sehingga konsumen dapat bergaya dengan baju yang bermerk dan harga yang lebih murah dari baju yang dibeli di pasar gembek dibandingkan dari toko-toko atau mall yang sangat mahal.

Pada zaman sekarang seseorang cenderung ingin tampil menarik dan berbeda dari yang lain, khususnya para remaja yang mudah terpengaruh dari lingkungan sekitarnya atau teman bermainnya. Biasanya para remaja juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti *trend* yang sedang ramai dipasaran, jika mereka tidak mengikuti cenderung mereka dianggap ketinggalan zaman dan merasa tidak percaya diri karena tidak seimbang dengan teman lainnya. Para remaja biasanya membeli barang yang diinginkan bukan yang dibutuhkan. Oleh karena itu mereka terkadang menurunkan gengsinya untuk membeli produk bekas yang harganya lebih murah dengan model dan merk ternama agar mereka dianggap orang yang *uptodate* oleh kerabatnya atau teman sebayanya. Sehingga mereka tetap terlihat *stylish* meskipun dengan baju bekas yang dibelinya di pasar gembek karena orang lain tidak akan tau dan tidak peduli dari mana baju tersebut dibeli.

Dengan bertambahnya minat konsumen tersebut karena adanya merk dan model-model dari baju bekas yang selalu *uptodate*. Para pembeli yang datang di pasar gembek tersebut tidak hanya dari Kediri, namun ada yang dari kota-kota lain yaitu dari Surabaya, Tulungagung, Blitar, dan Malang kebanyakan. Selain membeli untuk dipakai sendiri, para pembeli yang datang dari daerah sekitar Kediri seperti Tulungagung dan Nganjuk juga banyak yang membeli baju bekas tersebut untuk dijual kembali di daerah mereka.

Namun pada saat ini tidak sedikit toko yang menjual baju-baju baru dengan harga yang relatif mudar dan modelnyapun selalu baru. Disekitar pasar gombek juga sudah banyak toko yang menjual baju baru dengan menyewa toko-koto di sepanjang jalan. Sehingga banyaknya pedagang baju bekas yang ada di pasar gombek menyebabkan daya saing yang tinggi antara pedagang baju bekas dan pedagang yang menjual baju-baju baru. Karena mereka sama-sama menjual baju dengan harga yang murah dan model yang menarik. Yang membedakan hanyalah keadaannya yang sudah bekas dan masih baru. Namun, baju bekas yang dijual di pasar gombek tidak akan diproduksi lagi sehingga tidak akan ada yang menyamai. Sedangkan baju baru tersebut diproduksi dalam jumlah banyak. Sehingga baju bekas lebih terkesan unik karena tidak akan ada yang menyamai. Dengan demikian industri garmen dalam negeri atau pedagang baju baru tidak dapat menerima kesempatan besar untuk mengembangkan usahanya. Karena para pedagang tersebut akan terus bersaing dalam meningkatkan usaha mereka.



Gambar 1. : Baju Bekas Yang Diobral

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Berangkat dari latar belakang seperti yang telah diuraikan di atas dan berdasarkan dari fenomena yang ada di Pasar Gombek Kabupaten Kediri. Maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai “aspek yang mendasari

pedagang baju bekas di pasar gombek tetap bertahan pada pekerjaannya. Dan strategi apa saja yang mereka gunakan untuk meningkatkan pendapatan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, dengan terus bertambahnya angkatan kerja yang akan mengakibatkan tingginya pengangguran karena lapangan kerja yang ada belum bisa menampung semua pencari kerja tersebut. Semua orang pastinya membutuhkan pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan demi kesejahteraan bagi hidupnya ataupun keluarganya. Namun, ketika sektor formal tidak dapat menampung semua angkatan kerja yang ada, sehingga mereka harus beralih ke sektor informal yang tidak memiliki persyaratan khusus. Salah satu pekerjaan sekor informal yang ada di Kediri dan jarang ditemui di kota-kota lain adalah sebagai pedagang baju bekas. Sebelumnya sudah ada aturan mengenai larangan berdagangan baju bekas. Rachmat menetapkan kebijakan berdasarkan Undang-Undang Dasar Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan barang impor dan yang diperbolehkan untuk dijual adalah barang dalam keadaan baru (www.finance.detik.com). Selain itu, akan timbul persaingan usaha antara produk dalam negeri dan impor yang dijual lebih murah. Namun sampai saat ini masih banyak pedagang yang tetap menjual baju bekas, sehingga penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Aspek apa yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya ?
2. Startegi apa yang dilakukan pedagang baju bekas untuk meningkatkan pendapatannya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu mengetahui aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dan strategi yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan di lokasi pasar gombek Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian tentang aspek yang mendasari pedagang baju bekas di sepanjang jalan Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri tetap bertahan pada pekerjaannya adalah:

1. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai aspek apa saja yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dan strategi yang dilakukan oleh pedagang baju bekas untuk meningkatkan pendapatannya.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi, referensi bagi para pemerhati, akademisi dan pelaku lain yang berkepentingan terkait dengan tema sejenis yaitu aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dengan berbagai strategi yang dilakukan.
3. Dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan sosial yang terkait dengan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pendapatan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Kehidupan yang didambakan oleh semua manusia adalah kesejahteraan. Baik yang tinggal di kota maupun yang di desa, semua mendambakan kehidupan yang sejahtera. Sejahtera secara lahir dan batin. Namun, dalam perjalanannya, kehidupan yang dijalani oleh manusia tidak selamanya dalam kondisi sejahtera. Pasang surut kehidupan ini membuat manusia harus selalu berusaha untuk mencari cara dalam mencapai kesejahteraan. Secara umum, istilah kesejahteraan sosial sering diartikan sebagai kondisi sejahtera, yaitu suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup, khususnya yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan, dan perawatan kesehatan. Usaha kesejahteraan sosial dapat diarahkan pada individu, keluarga, kelompok, atau komunitas. Beberapa contoh usaha kesejahteraan sosial yang searah dengan tujuan pembangunan ekonomi (Sumarnonugroho, 1984:39):

1. Beberapa tipe unit usaha kesejahteraan sosial yang secara langsung memberikan sumbangan terhadap peningkatan produktifitas individu, kelompok ataupun masyarakat contohnya adalah pelayanan konseling pada generasi muda dan lain-lain.
2. Jenis usaha kesejahteraan sosial yang berupaya untuk mencegah atau meminimalisir hambatan (beban) yang dapat dihadapi oleh para pekerja (yang masih produktif).
3. Jenis usaha kesejahteraan sosial yang memfokuskan pada pencegahan dampak negatif urbanisasi dan industrialisasi pada kehidupan keluarga dan masyarakat atau membantu mereka agar dapat mengidentifikasi dan mengembangkan “pemimpin” dari suatu komunitas lokal.

Untuk meningkatkan kesejahteraan tersebut, masyarakat dituntut untuk mendapatkan penghasilan yang nantinya dapat mencukupi segala kebutuhan dalam hidupnya. Bekerja merupakan kebutuhan dari semua masyarakat, karena dengan bekerja mereka akan mampu memenuhi kebutuhan seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan seseorang selalu berbeda-beda, seperti yang

dipaparkan oleh Laird Sumarnonugroho (1984), membagi kebutuhan dasar manusia menjadi lima bagian yaitu:

1. Kebutuhan untuk hidup
2. Kebutuhan merasa aman
3. Kebutuhan untuk bertingkah laku
4. Kebutuhan untuk dihargai
5. Kebutuhan untuk melakukan pekerjaan yang disenanginya

Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi. Namun tidak banyak masyarakat yang dengan mudah bisa mendapatkan penghasilan karena pendidikannya yang rendah dan kurangnya bakat yang dimiliki. Sehingga mereka harus melakukan segala cara atau membuat suatu usaha dengan bekerja dalam sektor informal sehingga mereka mendapatkan penghasilan. Berbeda jika mereka ingin bekerja di sektor formal, karena persyaratan bekerja di sektor formal tidak semudah di sektor informal.

Sektor informal selalu tumbuh di Kota-kota besar yang sedang berkembang, misalnya di Kediri banyak sektor informal tumbuh di wilayah-wilayah pusat kegiatan masyarakat. Kota-kota besar yang sedang berkembang selalu memiliki jumlah penduduk yang tinggi dan berkontribusi terhadap tumbuhnya tenaga kerja informal. Karena adanya ledakan penduduk yang terjadi sehingga jumlah angkatan kerja semakin meningkat namun lapangan pekerjaan pada sektor formal semakin berkurang bahkan sangat sedikit, maka dari itu banyak penduduk yang mendirikan sektor-sektor informal sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupannya. Menurut pemikiran masyarakat lebih baik mendirikan usaha daripada hanya menjadi pengangguran dan menunggu lapangan pekerjaan di dalam sektor formal. Kebutuhan masyarakat yang beraneka ragam membuat masyarakat itu sendiri berfikir tentang bagaimana memenuhinya dan pada akhirnya menumbuhkan sektor informal sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat yang beraneka ragam.

Sektor informal secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu usaha yang tidak terdaftar secara resmi, tidak mempunyai organisasi, tidak teratur, serta tidak terdaftar di dalam badan usaha resmi milik negara dan sektor informal tidak perlu

membayar pajak kepada negara atas usahanya tersebut. Dalam Noer (1993:90) Sathurahman mengatakan “Sektor informal di negara sedang berkembang merupakan manifestasi dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja pada negara tersebut”. Karena sektor formal tidak mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar sehingga semua tambahan tenaga kerja hampir selalu ditampung di sektor informal. Pengertian sektor informal yaitu berupa lingkungan usaha tidak resmi atau lapangan pekerjaan yang diciptakan dan diusahakan sendiri oleh pencari kerja seperti wiraswasta contohnya membuka usaha atau berdagang.

Berdagang merupakan bagian dari sektor informal karena pekerjaan tersebut terbuka bagi siapapun tidak terikat baik modal maupun waktu bekerjanya. Pedagang merupakan orang-orang yang melakukan kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka dengan melakukan berbagai tawar menawar untuk memperoleh tujuan yang mereka inginkan. Damsar (1997:106) mendefinisikan pedagang sebagai “orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung”. Usaha tersebut merupakan usaha kecil dalam jumlah yang banyak dan biasanya dimiliki oleh keluarga dengan menggunakan teknik produksi yang sederhana dan padat karya selain itu pedagang biasanya mempunyai pendidikan dan ketrampilan yang terbatas sehingga hal tersebut merupakan salah satu ciri dari sektor informal.

Keberhasilan dari para pedagang selalu berdasar pada para konsumennya, sehingga para pedagang selalu berusaha semaksimal mungkin untuk menarik minat para konsumen seperti selalu menambah barang dagangan dengan model-model terbaru. Menurut Engels (1995:258) “kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan dan ketersediaan produk tersebut setiap saat”. Hal tersebut merupakan salah satu cara untuk menarik minat para konsumen. Konsumen senantiasa datang jika pedagangnya dapat mengerti minat dari para konsumen tersebut seperti banyaknya pilihan model dagangan yang ada dan model-model tersebut selalu baru.

Jika keberhasilan dari para pedagang tergantung dari para konsumennya maka konsumen merupakan raja yang harus dimengerti apa maunya, karena konsumen dapat membandingkan ataupun memilih barang mana yang akan mereka beli antara barang yang harganya murah namun bermodel bagus dan barang yang harganya mahal namun modelnya biasa saja. Perilaku konsumen tersebut sangatlah berpengaruh pada perdagangan yang sedang dilakukan oleh seseorang. Karena konsumenlah yang akan menentukan barang mana yang ingin mereka beli.

Menurut Solomon (2000:81) perilaku konsumen merupakan “studi yang meliputi proses ketika individu atau kelompok tertentu membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat”. Perilaku konsumen tersebut tidak datang dari dirinya sendiri namun dapat dipengaruhi dari lingkungan sekitar ataupun teman bermainnya. Seperti halnya teori yang dipaparkan oleh Peter dan Olson (1999:38) menyatakan bahwa:

1. Perilaku konsumen itu dinamis karena pikiran, perasaan, dan tingkah laku individu, kelompok konsumen, dan lingkungan sosial akan selalu berubah.
2. Perilaku konsumen dipengaruhi pikiran antara manusia, perasaan, dan tingkah laku beserta lingkungannya.
3. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh perubahan-perubahan diantara manusia.

Sehingga para pedagang tersebut harus mengetahui keputusan pembelian dari konsumen mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka akan membeli, serta mengapa mereka membeli. Dan keduanya akan saling membutuhkan atau berkaitan antara konsumen dan pedagang. Pedagang membutuhkan konsumen untuk meningkatkan pendapatan sedangkan konsumen membutuhkan apa yang dijual oleh pedagang tersebut untuk meningkatkan rasa percaya diri. Seperti teori sistem yang dipaparkan oleh Parsons (2003:124):

“Sistem sosial terdiri dari sejumlah aktor-aktor individual yang saling berinteraksi dalam situasi yang sekurang-kurangnya mempunyai aspek lingkungan atau fisik, aktor-aktor yang mempunyai motivasi dalam arti mempunyai kecenderungan untuk mengoptimalkan kepuasan, yang

hubungannya dengan situasi mereka didefinisikan dan dimediasi dalam term sistem simbol bersama yang terstruktur secara kultur”.

Para konsumen dengan pedagang tersebut sama-sama saling membutuhkan karena mereka saling berhubungan untuk mendapatkan kepuasan yang ingin mereka capai. Hanya saja pedagang yang harus mengerti minat dari para konsumennya dengan melihat aspek yang ada di lingkungan sekitar. Sehingga para pedagang tersebut harus mempunyai strategi untuk menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* di dalam mengkonsumsi produk dan jasa, hal tersebut akan membuat mereka terkesan. Menurut Purwanto (2012:16), strategi adalah “sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan, penerapan, serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif, sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan prespektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi”.

Jika para pedagang tersebut dapat mengetahui atau memahami kebutuhan dari para konsumennya maka strategi untuk meningkatkan pendapatan atau minat dari para konsumen dapat mereka lakukan dengan mudah. Seperti halnya pedagang baju bekas yang banyak menjamur di Kota-kota besar. Mereka harus dapat melihat aspek di lingkungan sekitar, seperti model baju dan merk baju yang banyak diminati oleh pelanggannya. Sehingga para konsumen akan lebih memilih untuk membeli baju-baju bekas tersebut daripada membeli baju baru yang model dan merknya belum tentu dapat menarik minat mereka. Strategi ataupun aspek yang dapat dilakukan oleh para pedagang adalah dengan melihat banyaknya barang yang diminati oleh konsumen, kemampuan memilah harga yang ditetapkan untuk menciptakan pendapatan tinggi, selektif dalam memilih waktu berjualan, menambah barang dagangan yang dijual, dan mencari tempat berjualan yang strategis untuk memudahkan para konsumennya. Jika sasaran utama dari pedagang adalah para konsumen sehingga mereka harus membuat para konsumen tertarik untuk membeli barang yang mereka jual. Jenis produk yang diinginkan pelanggan merupakan kebutuhan yang mereka perlukan.

Dengan usaha atau strategi seperti itu kemungkinan konsumen akan semakin bertambah dan peluang untuk bertahan pada pekerjaannya atau meningkatkan pendapatan dapat tercapai.

2.1 Konsep Usaha Kesejahteraan Sosial

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.6 Tahun 1974, Usaha-Usaha Kesejahteraan Sosial adalah semua upaya, program, dan kegiatan yang ditujukan untuk mewujudkan, membina, memelihara, memulihkan dan mengembangkan kesejahteraan sosial (Sumarnonugroho, 1984:34). Usaha kesejahteraan sosial mengacu pada program, pelayanan, dan berbagai kegiatan yang secara konkret berusaha menjawab kebutuhan maupun masalah-masalah yang dihadapi anggota masyarakat. Usaha kesejahteraan sosial dapat diarahkan pada individu, keluarga, kelompok atau komunitas. Beberapa contoh usaha kesejahteraan sosial yang searah dengan tujuan pembangunan ekonomi adalah:

1. Beberapa tipe unit kesejahteraan sosial yang secara langsung memberikan sumbangan terhadap peningkatan produktifitas individu, kelompok ataupun masyarakat contohnya adalah pelayanan konseling pada generasi muda dan lain-lain.
2. Jenis usaha kesejahteraan sosial yang berupaya untuk mencegah atau meminimalisir hambatan (beban) yang dapat dihadapi oleh para pekerja (yang masih produktif).
3. Jenis usaha kesejahteraan sosial yang masih memfokuskan pada pencegahan dampak negatif urbanisasi dan industrialisasi pada kehidupan keluarga dan masyarakat atau membantu mereka agar dapat mengidentifikasi dan mengembangkan “pemimpin” dari suatu komunitas lokal.

Dalam pelaksanaan usaha kesejahteraan sosial ada beberapa faktor yang langsung mempengaruhi tingkat hidup masyarakat seperti sosial budaya, ekonomi, sasaran administrasi, dan jumlah penduduk. Usaha kesejahteraan sosial sendiri merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia. Oleh karena itu dalam strategi pemenuhannya perlu tersedia sumber-sumber yang dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Uang atau barang
- b) Jasa pelayanan atau servis
- c) Kesempatan-kesempatan

Usaha kesejahteraan sosial ini adalah usaha pelayanan yang bersifat formal seperti dalam suatu lembaga yang disediakan untuk meningkatkan kesejahteraan. Namun, dalam pembahasan ini yang dimaksud dengan usaha kesejahteraan sosial adalah usaha mandiri yang dilakukan pedagang baju bekas secara mandiri untuk meningkatkan kesejahteraan. Melalui aspek yang mendasari pedagang baju bekas untuk tetap bertahan pada pekerjaannya maka para pedagang juga tetap bisa bertahan pada pendapatan yang didapatnya. Seperti teori yang dijelaskan di atas, dalam strategi pemenuhan kebutuhan masyarakat perlu adanya uang atau barang, jasa pelayanan yang dimaksud adalah bagaimana pedagang dapat melihat minat yang berupa aspek yang ada di lingkungan sekitar seperti minat dari para konsumen mengenai baju bekas yang dijual sehingga para konsumen dapat menjadi pelanggan tetap mereka. Selain itu akan banyak konsumen yang datang ke toko mereka, hal tersebut akan membuat pendapatan para pedagang baju bekas meningkat dengan jumlah konsumen yang semakin banyak. Kesempatan-kesempatan tersebut harus dapat dimanfaatkan pedagang untuk membuat lingkungan yang lebih kondusif. Adapun beberapa karakteristik usaha kesejahteraan sosial menurut Adi (1994:6-10), yaitu:

1. Menanggapi kebutuhan manusia.
2. Usaha kesejahteraan sosial diorganisir guna menanggapi kompleksitas masyarakat perkotaan yang modern.
3. Kesejahteraan sosial mengarah ke spesialisasi, sehingga lembaga kesejahteraan sosialnya juga menjadi teresepialisasi.
4. Usaha kesejahteraan sosial menjadi sangat luas.

Beberapa karakteristik usaha kesejahteraan sosial yang dijelaskan di atas dapat dikaitkan dengan usaha secara mandiri yang dilakukan oleh seseorang yang bekerja di sektor informal yaitu pedagang baju bekas untuk mencapai tingkat kesejahteraan. Seperti halnya menanggapi tingkah laku dari lingkungan sekitar yang ada, kebutuhan manusia, dan pedagang bekerja atau melakukan usaha mandiri dengan tujuan

utamanya adalah untuk mencapai kehidupan yang sejahtera. Dalam konteks ini usaha kesejahteraan sosial yang dilakukan adalah para pedagang melihat aspek dari lingkungan sekitar dan membuat strategi untuk menarik minat para pembeli sehingga mereka bisa sama-sama merasakan kenyamanan.

Dalam menyelesaikan masalah sosial yang semakin beragam diperlukan adanya kriteria-kriteria tertentu tentang cara penanggulangan yang lebih tepat dan efisien. Wilensky dan Lebeaux mengemukakan lima kriteria untuk menentukan usaha kesejahteraan sosial:

- a. *Formal Organization*
Usaha-usaha kesejahteraan sosial merupakan suatu organisasi yang formal.
- b. *Social sponsorship and accountability*
Usaha kesejahteraan sosial diselenggarakan oleh masyarakat atas dukungan dari masyarakat.
- c. *Absence of profit motive as dominant program purpose*
Tidak ada motif mencari keuntungan sebagai tujuan yang menonjol dalam suatu program.
- d. *Functional generalization: an integrative view of human needs*
Memiliki fungsi yang bersifat umum yaitu ada kebulatan pandangan tentang kebutuhan-kebutuhan manusia yang memerlukan bantuan dan perlu dipenuhi.
- e. *Direct concern with human consumption needs*
Secara langsung berhubungan dengan konsumsi kebutuhan-kebutuhan manusia. Berdasarkan kriteria-kriteria di atas dapat dikatakan bahwa kesejahteraan sosial mencakup berbagai komponen seperti program-program, pelayanan-pelayanan, peraturan atau perundang-undangan, tanggung jawab masyarakat dan para petugas pelaksanaan.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh para pedagang adalah dengan menambah ketertarikan dari barang dagangan yang dijual dengan tujuan menarik minat konsumen. Tingkat kebutuhan dari makhluk yang satu dan lainnya pasti tidak sama, ini dikarenakan pendapatan yang mereka terima pasti tidak sama. Jika pendapatan seseorang setiap bulannya besar maka keperluan atau kebutuhan yang mereka keluarkan dalam memenuhi kebutuhannya juga ikut besar. Sebaliknya jika pendapatan yang diterima setiap bulannya sedikit, maka pengeluarannya yang

dikeluarkan dalam memenuhi kehidupannya juga ikut kecil (dalam Porwanto, 2012:13).

Selain itu tujuan utama dari usaha kesejahteraan sosial yaitu untuk menciptakan kondisi usaha yang sejahtera. Dalam usaha dagang terdapat dua faktor yang penting dan perlu diperhatikan yaitu dari konsumen dan pedagang. Pedagang bertujuan untuk meningkatkan penghasilan. Banyak cara atau usaha yang akan dilakukan para pedagang untuk meningkatkan pendapatannya dengan memahami keinginan dari konsumen dan bagaimana memuaskan konsumen tersebut adalah kunci utama pedagang untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Sedangkan konsumen perlu merasakan kepuasan dari barang yang dijual oleh para pedagang. Hal tersebut berkaitan dengan pedagang baju bekas yang menyediakan barang dagangan sesuai permintaan dari konsumennya dan lokasi dagang yang strategis untuk konsumennya. Ketika pedagang memberikan apa yang konsumen minta maka kepuasan konsumen akan tercapai dan pedagang mendapatkan loyalitas dari konsumennya. Sehingga kedua hal tersebut dapat menciptakan kondisi yang saling menguntungkan dari konsumen dan pedagang baju bekas tersebut.

2.2 Konsep Kebutuhan

Kebutuhan dalam masyarakat merupakan sesuatu hal yang harus dan wajib dipenuhi. Kebutuhan tersebut ada dua macam, yaitu kebutuhan materiel dan non-materiel. Kebutuhan non-materiel merupakan kebutuhan untuk bekerja salah satunya yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian sehingga tercapainya kebutuhan materiel. Adapun kebutuhan menurut Laird Sumarnonugroho (1984:67), yang membagi kebutuhan dasar manusia menjadi lima bagian yaitu:

1. Kebutuhan untuk hidup
2. Kebutuhan merasa aman
3. Kebutuhan untuk bertingkah laku
4. Kebutuhan untuk dihargai
5. Kebutuhan untuk melakukan pekerjaan yang disenanginya

Kebutuhan tersebut melekat pada diri pedagang baju bekas di pasar gombek. Selain kebutuhan-kebutuhan tersebut, masih ada lagi kebutuhan dari keluarganya yang mungkin bisa semakin banyak. Jumlah tanggungan keluarga yang dibebankan pada pedagang sebagai roda perekonomian yang diandalkan. Tetapi kebutuhan-kebutuhan tersebut tidak diimbangi dengan pendapatan yang diperolehnya sebagai pedagang baju bekas yang kadang mengalami pasang surut. Maka tidak jarang mereka dan keluarganya juga mengalami kekurangan uang untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan, baik dalam jumlah kecil maupun dalam jumlah besar.

Manusia pasti mempunyai kebutuhan dasar yang bersifat heterogen. Setiap orang pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena terdapat perbedaan budaya, maka kebutuhan tersebut akan ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhannya, manusia akan selalu menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada. Lalu jika mereka merasa gagal untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia akan berfikir lebih keras dan bergerak untuk berusaha mendapatkannya (Hidayat, 2000:94).

Pengeluaran biaya yang dikeluarkan pedagang untuk dirinya dan keluarganya hanya berupa barang-barang pokok diantaranya adalah kebutuhan pangan dan non-pangan yang dapat dijangkau. Pengeluaran tersebut untuk memenuhi kebutuhan pangan (konsumsi) menurut Mumtiah & Sukamdi, (1997a) meliputi:

“Rata-rata pengeluaran untuk kebutuhan pangan per bulan seperti: beras, lauk-pauk dan sayuran, minyak goreng, minuman, tembakau/rokok, dan lain-lain (misalnya jajanan). Kebutuhan pangan ini merupakan kebutuhan manusia yang paling dasar dan harus dipenuhi sebelum dicukupi kebutuhan lain sebagai upaya untuk mempertahankan kelangsungan kehidupan rumah tangga”.

Sedangkan pengeluaran untuk kebutuhan non-pangan menurut Mumtiah & Sukamdi, (1997b) meliputi:

“Perumahan (termasuk minyak tanah, listrik, dll), transportasi, pendidikan (spp, alat-alat tulis dll), perawatan pribadi (sabun mandi, pasta gigi, sabun cuci dll), sandan, kesehatan dan iuran tatap atau arisan. Rata-rata pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga miskin

sangat kecil karena sebagian besar pendapatan rumah tangga digunakan untuk mencukupi kebutuhan pangan”.

Setiap makhluk hidup pasti akan mempunyai kebutuhan, tidak terkecuali manusia. Manusia mempunyai kebutuhan yang beragam. Namun, pada hakikatnya setiap manusia mempunyai kebutuhan dasar yang sama. Kebutuhan tersebut bersifat manusiawi dan menjadi syarat untuk keberlangsungan hidup manusia. Siapapun orangnya pasti memerlukan pemenuhan kebutuhan dasar (Asmadi, 2008:9). Kebutuhan pokok merupakan kebutuhan sandang, pangan dan papan yang merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi agar manusia dapat bertahan hidup. Begitu juga para pedagang baju bekas di lokasi pasar gombek bekerja untuk memenuhi kebutuhan pada diri sendiri maupun keluarga.

Untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka diperlukan suatu usaha untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. Kesejahteraan sosial dalam artian yang luas mencakup berbagai tindakan yang dilakukan manusia untuk mencapai taraf kehidupan yang lebih baik. Taraf kehidupan yang lebih baik ini tidak hanya diukur secara ekonomi dan fisik belaka tetapi juga ikut memperhatikan aspek sosial, mental, dan kehidupan spiritual (Isbandi, 2008:44).

Kebutuhan keluarga merupakan salah satu kebutuhan yang mutlak yang harus ada disetiap keluarga. Setiap keluarga diwajibkan memberi nafkah lahir maupun batin. Dalam membicarakan kebutuhan-kebutuhan manusia tidak terlepas dengan aspek jasmani dan rohaninya. Kebutuhan manusia merupakan hal yang subyektif, manusia sebagai makhluk sosial, sebagai subyek adalah yang mempunyai kebutuhan sama, akan tetapi manusia adalah makhluk yang unik karena berbeda antara individu satu dengan yang lainnya.

Abraham Maslow (dalam Sumarnonugroho, 1984a:6) menerangkan lima tingkat kebutuhan dasar manusia adalah sebagai berikut:

1. Basic needs atau kebutuhan fisiologi, merupakan kebutuhan yang paling penting seperti kebutuhan akan makanan. Dominasi kebutuhan fisiologi ini relatif lebih tinggi dibandingkan dengan

kebutuhan lain dan dengan demikian muncul kebutuhan-kebutuhan lain.

2. Safety needs atau kebutuhan dan keselamatan, merupakan kebutuhan yang meliputi keamanan, kemantapan, ketergantungan, kebebasan dari rasa takut, cemas dan kekalutan, kebutuhan akan struktur, ketertiban, hukum, batas-batas kekuatan pada diri, pelindung dan sebagainya.
3. Love needs atau kebutuhan rasa memiliki dan rasa cinta, merupakan kebutuhan yang muncul setelah kebutuhan fisiologis dan kebutuhan keselamatan telah terpenuhi. Artinya orang dalam kehidupannya akan membutuhkan rasa untuk disayang dan menyayangi antara sesama dan untuk berkumpul dengan orang lain.
4. Esteem needs atau kebutuhan akan harga diri. Semua orang dalam masyarakat mempunyai kebutuhan atau keinginan penilaian terhadap dirinya yang mantap, mempunyai dasar yang kuat yang biasanya bermutu tinggi akan rasa hormat diri atau harga diri dan penghargaan dari orang lain. Kebutuhan ini dibagi dalam dua peringkat:
 - a. Keinginan akan kekuatan, akan prestasi, berkecukupan, unggul, dan kemampuan, percaya pada diri sendiri, kemerdekaan, dan kebebasan.
 - b. Hasrat akan nama baik atau gengsi dan harga diri, prestise (penghormatan dan penghargaan dari orang lain), status, ketenaran dan kemuliaan, dominasi, pengakuan, perhatian dan martabat.
5. Self Actualitation needs atau kebutuhan akan perwujudan diri, yakni kecenderungan untuk mewujudkan dirinya sesuai dengan kemampuannya. Oleh karenanya untuk mencapai tingkat kebutuhan aktualisasi diri ini banyak hambatan yang menghalanginya. Secara umum hambatan tersebut terbagi dua yakni internal dan eksternal. Hambatan internal adalah hambatan yang berasal dari dalam diri seseorang. Seperti ketidak tahuan akan potensi diri serta perasaan ragu dan takut mengungkapkan potensial diri, sehingga potensinya terus terpendam. Berdasarkan teori maslow mengenai aktualisasi diri, terdapat asumsi dasar bahwa manusia pada hakikatnya memiliki nilai intristik berupa kebaikan. Dari sinilah manusia memiliki peluang untuk mengembangkan dirinya.

Menurut Abraham Maslow (dalam Sumarnonugroho, 1984b:57) pemenuhan berbagai kebutuhan tersebut didorong oleh dua kekuatan (motivasi) yakni motivasi kekurangan (*deficiency motivation*) dan motivasi pertumbuhan atau perkembangan

(*growth motivation*). Motivasi kekurangan bertujuan untuk mengatasi masalah ketegangan manusia karena berbagai kekurangan yang ada. Misalnya, lapar akan mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan nutrisi; haus untuk memenuhi kekurangan cairan, dan elektrolit tubuh; sesak nafas untuk memenuhi kekurangan oksigen di tubuh; takut dan cemas merupakan kebutuhan untuk memenuhi kekurangan rasa aman dan sebagainya (Asmadi, 2008:77).

2.3 Konsep Sektor Informal

Manusia memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan kapasitas yang mereka miliki. Sulitnya lapangan pekerjaan membuat mereka membuka peluang usaha sendiri atau bekerja di sektor informal. Dalam Noer (1993:90) Sathurahman mengatakan “Sektor informal di negara sedang berkembang merupakan manifestasi dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja pada negara tersebut”. Karena sektor formal kurang mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar sehingga semua tambahan tenaga kerja hampir selalu ditampung di sektor informal. Kegiatan sektor informal yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan sektor ekonomi yang menampung tenaga kerja paling besar terutama di kota-kota yang sedang berkembang.

Istilah sektor informal biasanya digunakan untuk menunjukkan sejumlah kegiatan ekonomi yang berskala kecil. Tetapi akan menyesatkan bila disebutkan perusahaan berskala kecil, karena sektor informal dianggap sebagai suatu manifestasi situasi pertumbuhan kesempatan kerja di negara sedang berkembang. Adapun jenis-jenis sektor informal menurut Keith Hart (dalam Effendi, 1990:78) yang dibagi dalam dua macam, sektor informal dilihat dari kesempatan memperoleh penghasilan, yaitu:

1. Sah, terdiri atas:
 - a. Kegiatan-kegiatan primer dan sekunder: pertanian, perkebunan yang berorientasi pasar, kontraktor bangunan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengannya, pengrajinan usaha sendiri, pembuatan sepatu, penjahit, pengusaha-pengusaha.

- b. Usaha tersier dengan modal yang relatif besar: perumahan, transportasi, usaha-usaha kepentingan umum, spekulasi barang-barang dagangan, kegiatan sewa menyewa.
 - c. Distribusi kecil-kecilan: pedagang pasar, pedagang kelontong, pedagang kaki lima, pengusaha makanan jadi, pelayan bar, pengangkut barang, agen atas komisi dan penyalur.
 - d. Jasa yang lain: pemusik (pengamen), penyemir sepatu, tukang cukur, pembuang sampah, juru potret, pekerja reparasi kendaraan maupun reparasi lainnya, makelar dan perantara.
 - e. Transaksi pribadi: arus uang dan barang pemberian maupun semacamnya, pinjam meminjam, pengemis.
2. Tidak sah, terdiri atas:
- a. Jasa: kegiatan dan perdagangan gelap pada umumnya: penadah barang-barang curian, lintah darat (tukang kredit) dan pegadaian (dengan tingkat bunga yang tidak sah), pelacur, penyelundup, suap-menyuap, berbagai macam korupsi politik, perlindungan kejahatan.
 - b. Transaksi: pencurian kecil (misalnya, pencopetan), pencurian besar (misalnya, pembongkaran dan perampokan bersenjata), pemalsuan uang dan penipuan, perjudian.

Uraian di atas dapat menjelaskan bahwa sektor informal yang ada di Kabupaten Kediri, yaitu sebagai pedagang baju bekas termasuk dalam kegiatan yang sah karena usaha para pedagang baju bekas ini merupakan usaha untuk kepentingan umum dan bisa dilihat maupun dirasakan oleh banyak orang dan tidak terselundup karena dijual secara terbuka disuatu pasar.

Sejak Hart (dalam Effendi, 1990:92) memperkenalkan konsep sektor informal, konsep itu sering digunakan untuk menjelaskan bahwa “sektor informal dapat mengurangi pengangguran di Kota yang sedang berkembang”. Bahkan beberapa pengamat pembangunan di negara sedang berkembang memandang sektor informal sebagai strategi alternatif pemecahan masalah dalam keterbatasan peluang kerja. Sektor informal sangatlah berperan penting dalam mengatasi masalah sosial yang mengakibatkan meningkatnya pengangguran, baik dalam Kota maupun pendatang dari Desa. Menurut Hidayat dan Sumitro (dalam Ridho, 2001:32) sektor informal diartikan sebagai:

“Unit usaha berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya sendiri”.

Keterlibatan sumberdaya manusia pada sektor informal sebagai salah satu pertanda bahwa mereka tidak mempunyai pilihan pekerjaan lain. Maka asumsi dasar dari sektor informal jika digabungkan dengan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya yang merupakan respon serta solusi terhadap kesulitan ekonomi yang dihadapinya. Karena mereka hanya bekerja sebagai pedagang baju bekas dengan melihat aspek dari lingkungan yang dapat mendukung pekerjaan mereka serta melakukan beberapa strategi.

Wirosardjono (1991:50) menyatakan ciri-ciri sektor informal sebagai berikut:

1. Pola kegiatan tidak tercakup baik dalam arti waktu, modal maupun penerimaan.
2. Ia tidak tersentuh oleh peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.
3. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omsetnya biasanya kecil dan diusahakan atas penghitungan harian.
4. Tidak mempunyai tempat yang tetap atau ketrampilan dengan usaha lain.
5. Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan pekerja yang sedikit dari lingkungan keluarga, kenalan atau berasal dari daerah yang sama.
6. Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan dan lain sebagainya.
7. Umumnya dilakukan oleh dan melayani golongan masyarakat yang berpendapatan rendah.
8. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga secara luas dapat menyerap bermacam-macam tenaga kerja.

Keberadaan sektor-sektor informal saat ini sangatlah penting karena sektor informal selain sebagai penyedia lapangan kerja, keberadaan dan kemampuan sektor informal juga bertahan di perkotaan tanpa bantuan dari Pemerintah. Karena kebutuhan akan berbagai macam produk dan jasa yang dihasilkan oleh sektor informal ini maka sektor informal terus berkembang. Selain itu sektor formalpun membutuhkan keberadaan dari sektor informal karena keduanya saling berkaitan dan

melengkapi. Peran sektor informal sebagai basis ekonomi kerakyatan di kawasan Kota besar yang memegang fungsi strategis sebagai penyangga yang menyelamatkan subsistensi sebagian besar penduduk yang berpenghasilan rendah atau penduduk yang tergolong menengah kebawah.

Seperti yang dikatakan oleh Manning dan Effendi (1990:109), bahwa “kelebihan sektor informal memang bukan pada problem keuntungan yang sebanyak-banyaknya, tetapi yang terpenting adalah sekedar diperolehnya pendapatan untuk hidup dan kesempatan kerja yang sangat fleksibel”. Kelebihan inilah yang seringkali tidak dimiliki oleh sektor formal perkotaan yang padat modal dan hanya memerlukan tenaga kerja terdidik, seperti ciri dari sektor informal yang ada di atas.

Adapun jenis dagangan yang dijual oleh pedagang di sektor informal secara umum oleh Mc Gee & Yeung (1997:38) dapat dibagi menjadi:

1. Bahan mentah makanan dan minuman setengah jadi (*Unprocessed and semiprocessed foods*). Termasuk pada jenis dagangan ini adalah bahan mentah makanan seperti daging, buah, dan sayuran. Selain itu juga dapat berupa barang-barang setengah jadi seperti beras.
2. Makanan siap saji (*prepared food*) termasuk dalam jenis barang dagangan ini berupa makanan atau minuman yang telah dimasak dan langsung disajikan ditempat maupun dibawa pulang.
3. Non makanan (*non food*) termasuk jenis barang dagangan yang tidak berupa makanan. Contohnya adalah mulai dari tekstil, barang sampai obat-obatan.

Melihat hal tersebut dapat dikatakan bahwa pekerjaan sektor informal atau pedagang di lokasi pasar gombek bergantung pada konsumennya. Jumlah dan minat pembeli mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang karena tidak setiap hari pasar tersebut ramai dengan pembeli. Pedagang yang ada di pasar gombek tersebut menjual jenis dagangan dalam non makanan karena mereka menjual barang-barang bekas yang berupa baju bekas, topi bekas, tas bekas, dan kebutuhan rumah tangga seperti korden dan spreng.

2.4 Konsep Pedagang

Secara etimologi pedagang adalah orang yang berdagang atau bisa juga disebut sebagai saudagar. Damsar (1997:106) mendefinisikan pedagang sebagai “orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung”. Jadi pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka dengan melakukan berbagai tawar menawar untuk memperoleh tujuan yang mereka inginkan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Gertz (Rusli Ramli 1992:38), mengatakan bahwa:

“Sebagai pola luncur yaitu tawar menawar cenderung untuk memusatkan seluruh perhatian pedagang dan transaksi terjadi antara pembeli dan penjual, masing-masing berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari jual beli yang dilakukan”.

Untuk diperjual belikan kembali baju-baju bekas tersebut menjadi unik karena faktor waktu yang berbeda, selain itu ketika baju tersebut menjadi satu-satunya baju yang tidak ada kembarannya atau stoknya terbatas. Selain itu baju-baju yang dijual di pasar gombek tidak semuanya bekas dari orang lain namun bisa juga dari pabrik garmen yang sudah lama tidak laku lalu dijual di pasar gombek, hal tersebut dapat dilihat dari baju yang masih ada bandrolnya. Seperti yang dikemukakan oleh Kellner (dalam George Ritzer, 2004:139) suatu barang dibeli sebagai “gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan dan, sebagainya”.



Gambar 2.1: Baju bekas yang masih ada bandrolnya

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Manning dan Effendi (1990:95) menggolongkan para pedagang ke dalam tiga kategori, yaitu:

1. Penjual Borongan
Penjual borongan adalah istilah umum yang digunakan diseluruh Sulawesi Selatan untuk menggambarkan perihal yang mempunyai cadangan penguasaan modal lebih besar dalam hubungan perekonomian. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan para wiraswasta yang memodali dan mengorganisir sendiri distribusi barang-barang dagangannya.
2. Pengecer Besar
Pengecer besar dibedakan dalam dua kelompok, yaitu pedagang besar yang termasuk pengusaha warung di tepi jalan atau pojok depan sebuah halaman rumah, dan pedagang pasar yaitu mereka yang memiliki hak atas tempat yang tetap dalam jaringan pasar resmi.
3. Pengecer Kecil
Pengecer kecil termasuk dalam kategori pedagang kecil.

Sektor informal mencakup pedagang baju bekas yang berjualan di sekitar pasar gombek, yang berada di tepi jalan maupun menempati kios-kios dipinggiran pasar yang besar. Maka fenomena yang peneliti teliti termasuk kedalam pengecer kecil. Adapun perbedaan pedagang menurut jalur distribusi barang yang dilakukan menurut Damsar (1997:33), yaitu:

1. Pedagang distributor (tunggal), yaitu pedagang yang memegang hak distribusi satu produk dari perusahaan tertentu.
2. Pedagang partai (besar), yaitu pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual lagi kepedagang lainnya seperti grosir.
3. Pedagang eceran, yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

Dalam perdagangan baju bekas, para pedagang menentukan menjadi tiga, yaitu penjualan secara ecer, borongan, dan obral dengan menetapkan harga pada setiap barang dagangan yang dijual. Untuk menetapkan harga setiap baju, para pedagang juga memperhatikan kualitas maupun bahan untuk menetapkan harga yang cocok untuk setiap bajunya. Seperti teori yang dikemukakan oleh Thamrin Abdullah

dan Francis Tantri (2013:45) menentukan harga setiap barang membutuhkan faktor-faktor sebagai berikut:

“Memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis penawaran dan harga pesaing, memilih suatu metode harga, dan memilih harga akhir”.

Menurut Ebert (2008:56) mengemukakan bahwa “penetapan harga adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya”. Selain menetapkan harga pada barang dagangan yang dijual, para pedagang tersebut juga selalu menambah barang dagangan dengan melengkapi berbagai produk yang peminatnya lebih banyak atau barang yang lagi musim. Seperti teori yang dikemukakan oleh Kolter (2002:347) “kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen”. Sedangkan pengertian keragaman produk menurut Engels (1995:258) “kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan dan ketersediaan produk tersebut setiap saat”. Kolter dan Amstrong (2003:337) produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya.

Sehubungan dengan fenomena yang sudah diurai di atas, maka pedagang baju bekas juga dapat didefinisikan sebagai suatu usaha yang memerlukan modal relevan sedikit, berusaha di dalam bidang produksi dan penjualan untuk meningkatkan pendapatan sehingga mereka dapat mencapai kesejahteraan dalam hidupnya. Usahnya dilaksanakan dalam pasar pada tempat-tempat yang sudah disewa atau yang dianggap strategis dalam lingkungan yang informal dengan memperhatikan kualitas barang dagangan dan permintaannya.

2.5 Konsep Perilaku Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk

hidup lain. Konsumen merupakan raja karena mereka bebas memilih barang yang mereka butuhkan dan mereka beli sesuai dengan harga dan model barang yang mereka inginkan. Tidak heran jika para konsumen pada umumnya lebih tertarik dengan produk-produk yang memiliki kualitas tinggi dengan harga yang lebih murah. Karena mereka bisa membedakan keuntungan yang akan mereka peroleh dari barang yang mereka inginkan tersebut.

Proses dalam pembelian baju bekas impor, dapat diprediksi dengan mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam menginginkan dan membutuhkan barang tersebut. Menurut Solomon (2000:81), perilaku konsumen adalah “studi yang meliputi proses ketika individu atau kelompok tertentu membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat”. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (1997:46):

“Ilmu perilaku konsumen merupakan ilmu tentang bagaimana individu mengambil suatu keputusan dalam menggunakan sumber daya dimilikinya yaitu waktu, tenaga, dan uang untuk mengkonsumsi sesuatu, termasuk mempelajari apa, mengapa, kapan, dan dimana seseorang membeli, serta seberapa sering seseorang membeli dan menggunakan suatu produk dan jasa”.

Peter dan Olson (1999:38) menyatakan bahwa:

- a. Perilaku konsumen itu dinamis karena pikiran, perasaan, dan tingkah laku individu, kelompok konsumen dan lingkungan sosial akan selalu berubah.
- b. Perilaku konsumen dipengaruhi pikiran antar manusia, perasaan, dan tingkah laku beserta lingkungannya.
- c. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh perubahan-perubahan diantara manusia.

Swastha dan Handoko (2000:10) mengatakan “perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu”.

Menurut Phillip Kotler (2001:202) perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Budaya	Sosial	Pribadi	Psikologis
Kebudayaan	Kelompok acuan	Umur dan tahap siklus hidup	Motivasi
Subbudaya	Keluarga	Pekerjaan dan situasi ekonomi (pendapatan)	Persepsi
Kelassosial	Peran	Gaya hidup	Keyakinan
Pembelian	Status	Kepribadian dan konsep diri	Sikap

Sumber: Kotler dan Amstrong (2001:201)

Dari pengertian di atas maka perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Konsumen mengambil banyak macam keputusan dalam membeli suatu barang yang mereka butuhkan setiap harinya. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Produsen dapat mempelajari apa yang dibeli konsumen untuk mencari jawaban atas pertanyaan mengenai apa yang mereka beli, dimana dan berapa banyak, tetapi mempelajari mengenai alasan tingkah laku konsumen bukan hal yang mudah, jawabannya sering tersembunyi jauh dalam benak konsumen. Sehingga hal tersebut juga akan dilakukan oleh para pedagang baju bekas dengan tujuan melihat aspek pada perilaku konsumen dan pesaing yang ada di pasar.

2.6 Konsep Minat Konsumen

Minat adalah suatu rasa dan suatu ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh dan timbul secara tidak tiba-tiba atau spontan, melainkan timbul akibat partisipasi, pengetahuan, dan kebiasaan (Slameto, 2001:57). Minat juga diartikan sebagai kondisi yang terjadi disertai dengan perasaan senang dihubungkan dengan kebutuhan atau keinginan sendiri. Minat dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku seseorang. Sehingga minat para konsumen tersebut tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses atau aspek apa saja yang mendasari para konsumen baju bekas tetap membeli baju bekas.

Minat konsumen tersebut tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginannya dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana dan aspek apa yang mendasari para konsumen membeli suatu barang sangat penting dilakukan. Perilaku minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merk atau model barang yang diinginkan. Tahap terakhir dari proses tersebut adalah pengambilan keputusan secara kompleks termasuk memilih model barang dan merk barang yang diinginkan.

Menurut Widyastutik, dkk (2004:45) minat adalah “keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya”. Minat adalah hal yang sangat penting untuk mengerti individu dan menuntun aktivitas dimasa yang akan datang. Widyastutik, dkk (2004:43), menjelaskan minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba dan minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih (Hurlock, 1995:144).

Minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu pada suatu objek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang ataupun tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari suatu pernyataan senang atau tidak senang terhadap objek tertentu. Dari penjelasan tersebut dapat dijelaskan bahwa minat merupakan perangkat mental yang menggerakkan individu untuk memilih suatu barang karena mereka menginginkannya. Kemudian Agus Suyanto (1992:101) juga mendefinisikan minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang lahir dengan penuh kemauan dan ketergantungan dari bakat dan lingkungan. Pemusatan perhatian menurut pendapat tersebut merupakan tanda seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai suatu aktifitas tertentu.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang pada sesuatu yang diinginkannya. Menurut M. Buchori (1991:136) minat dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Minat Primitif

Minat primitif disebut minat yang bersifat biologis, seperti kebutuhan makan, minum, bebas bergaul, dan sebagainya. Jadi pada jenis minat ini meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organism.

2. Minat Kultural

Minat kultural atau bisa disebut juga minat sosial yang berasal atau diperoleh dari proses belajar. Jadi minat kultural disini lebih tinggi nilainya pada minat primitif.

Menurut Suryaningrum (2004:46) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pada minat, yaitu:

1. Minat dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.
2. Minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani melakukan sesuatu.
3. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu.

Pintrinch dan Schunk (1996:322) membagi minat menjadi tiga, yaitu minat pribadi, minat situasi dan minat dalam ciri psikologi, yaitu:

1. Minat Pribadi

Minat pribadi diartikan sebagai karakteristik kepribadian seseorang yang relatif stabil, yang cenderung menetapkan pada diri seseorang. Minat pribadi biasanya dapat langsung membawa seseorang pada beberapa aktifitas atau topik yang spesifik. Minat pribadi dapat dilihat ketika seseorang menjadikan sebuah aktifitas sebagai pilihan untuk hal yang pasti, secara umum menyukai aktifitas tersebut, menimbulkan kesenangan pribadi, serta aktifitas yang dijalani memiliki arti penting bagi seseorang tersebut.

2. Minat Situasi

Minat situasi merupakan minat yang sebagian besar dibangkitkan oleh kondisi lingkungan.

3. Minat Dalam Ciri Psikologi

Merupakan interaksi dari minat pribadi seseorang dengan ciri-ciri minat lingkungan. Minat pada definisi ini tidak hanya karena seseorang lebih menyukai sebuah aktifitas, tetapi karena aktifitas tersebut memiliki nilai yang tinggi dan mengetahui lebih banyak mengenai aktifitas tersebut.

Minat tidak terbentuk begitu saja dalam diri seseorang, melainkan muncul dari pengaruh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang (Widyastutik, dkk (2004:47), yaitu:

1. Adanya hal yang menarik perhatian terhadap sesuatu objek atau kegiatan.
2. Adanya dorongan dari dalam diri seseorang.
3. Adanya dorongan dari luar.

Sehingga seseorang akan semakin merasa ingin memiliki suatu barang tersebut jika barang yang dijual memiliki daya tarik tersendiri. Selain seseorang dalam menginginkan sesuatu bisa juga dari dorongan dalam diri seseorang. Ketika orang tersebut menanyakan pendapat antarpemilihan barang dan mereka akan lebih dominan pada barang yang bagus katanya orang lain. Selain itu adanya dorongan dari luar seperti teman bermain, mereka akan selalu mengikuti gaya teman bermain supaya tidak terlihat ketinggalan zaman dan bisa lebih percaya diri.

2.7 Konsep Sistem

Dalam pergaulan sehari-hari istilah sistem sering dipakai, meskipun mungkin penggunaannya tidak selalu sama dengan makna yang sesungguhnya. Konsep sistem sering digunakan dalam percakapan sesama anggota masyarakat, tetapi maknanya sering tidak sesuai dengan makna yang sesungguhnya. *International Encyclopedia of Social Sciences* (dalam SSBI, 2004:2) menjelaskan sistem sebagai berikut:

“Sistem adalah konsep yang menjelaskan pertama tentang suatu kompleksitas dari saling ketergantungan antar bagian-bagian, komponen-komponen, dan proses-proses yang melingkupi aturan-aturan tata hubungan yang dapat dikenali dan kedua, tentang suatu tipe serupa dari saling ketergantungan antar kompleksitas demikian itu dengan lingkungan sekitar”.

Menurut Parsons (dalam teori sosiologi modern 2003:121) ada empat fungsi penting diperlukan semua sistem yaitu *adaptation* (A), *goal attainment* (G), *integration* (I), dan *latensi* (L) atau pemeliharaan pola. Secara bersama-sama, keempat imperatif fungsional ini dikenal sebagai skema AGIL. Agar tetap bertahan, sesuatu sistem harus memiliki empat fungsi tersebut:

- a. *Adaptation* (Adaptasi): sebuah sistem harus menanggulangi situasi eksternal yang gawat. Sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan itu dengan kebutuhannya.
- b. *Goal attainment* (Pencapaian tujuan): sebuah sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya.
- c. *Integration* (Integrasi): sebuah sistem harus mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Sistem juga harus mengelola antar hubungan ketiga fungsi penting lainnya (A,G,L).
- d. *Latency* (Latensi atau pemeliharaan pola): sebuah sistem harus memperlengkapi, memelihara dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi.

Seperti halnya para pedagang baju bekas yang ada di pasar gombek, mereka berdagang baju bekas dengan melihat banyaknya permintaan dan model dari konsumennya. Hal tersebut merupakan organisme perilaku yang merupakan sistem

tindakan yang melaksanakan fungsi adaptasi dengan menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Parsons (2003:124) mendefinisikan sistem sosial sebagai berikut:

“Sistem sosial terdiri dari sejumlah aktor-aktor individual yang saling berinteraksi dalam situasi yang sekurang-kurangnya mempunyai aspek lingkungan atau fisik, aktor-aktor yang mempunyai motivasi dalam arti mempunyai kecenderungan untuk mengoptimalkan kepuasan, yang hubungannya dengan situasi mereka didefinisikan dan dimediasi dalam term sistem simbol bersama yang terstruktur secara kultural”.

Definisi tersebut menetapkan sistem sosial menurut konsep-konsep kunci yaitu aktor, interaksi, lingkungan, optimalisasi kepuasan, dan kultur. Menurut George Ritzer (2004:239-240), ada tiga macam sistem yang berbeda menurut derajat keterbukaan dan ketertutupannya dalam derajat pertukaran dengan aspek lingkungan yang lebih besar, yaitu:

1. Sistem mekanis cenderung tertutup.
2. Sistem organik cenderung terbuka.
3. Sistem sosiokultural adalah yang paling terbuka.

Derajat keterbukaan dari suatu sistem akan terkait dengan dua konsep krusial dalam teori sistem: entropi atau tendensi sistem untuk surut (*run down*) dan negentropi atau kecenderungan sistem untuk mengembangkan (*elaborate*) sistem (Bailey, 1990:32). Sistem tertutup cenderung bersifat entropik, sedangkan sistem terbuka cenderung bersifat negentropik. Sistem sosiokultural juga cenderung mempunyai lebih banyak tegangan dari pada kedua sistem lainnya. Sistem sosiokultur tersebut dapat bersifat purposif dan mengejar tujuan karena sistem tersebut menerima umpan balik (*feed Back*) dari lingkungan yang membuat mereka terus bergerak mengejar tujuan. Sehingga keterkaitan antara konsumen dan pedagang baju bekas tersebut termasuk dalam sistem sosiokultur karena mereka yang berkaitan dan berhubungan. Para pedagang baju bekas dapat terus bekerja karena aspek dari lingkungan sekitar yaitu dari banyaknya permintaan baju bekas dari para konsumen sehingga mereka dapat terus bekerja untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan. Dan para konsumen baju bekas tersebut juga dapat membeli baju bekas di pasar

gombek karena para pedagang terus menyetok baju bekas dengan model dan merk yang terbaru sesuai permintaan dan minat dari konsumennya.

2.8 Konsep Strategi

Menurut Purwanto (2012:16), strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan, penerapan, serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif, sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan prespektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi. Sedangkan menurut Rangkuti (dalam Purwanto, 2012:14), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan.

Dalam melakukan kegiatan perdagangan memerlukan strategi karena strategi mempunyai peran penting dalam lancar tidaknya perdagangan tersebut. Strategi merupakan alternatif metode yang dapat dilakukan serta akan berfungsi sebagai petunjuk untuk menentukan prioritas kerja dalam perdagangan tersebut. Selain itu juga dapat digunakan untuk rumusan jalan keluar yang harus dilakukan dan sebagai alur pikir para pedagang dalam memecahkan segala masalah yang dihadapi. Menurut Siagian (1995:67), ciri-ciri strategi adalah sifatnya lentur (tidak kaku) sehingga dengan cepat dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

Strategi dalam kamus besar bahasa Indonesia (Alwi, 2003:500) adalah ilmu siasat perang akal atau tipu muslihat untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang sudah direncanakan. Strategi sama halnya dengan permainan yang diatur oleh berbagai aturan. Aturan permainan merinci prinsip umum yang mengatur pilihan-pilihan yang harus dibuat oleh para pelakunya dalam permainan tersebut, tetapi bukan mereka yang menetapkan aturan-aturan yang persin dan detail yang mengeliminasi semua pilihan. Seperti halnya para pedagang baju bekas tersebut bertahan pada pekerjaannya karena melihat aspek dari lingkungan sekitar seperti minat dari para konsumen, model baju dan merk baju seperti apa yang banyak diminati para konsumennya, dan pedaganglah yang akan menambah model barang dagangan yang

banyak diminati oleh para konsumen tersebut dengan berbagai pilihan harga dan cara yang sudah ditentukannya sehingga mereka mencapai keberhasilan atau tujuan. Menurut Karl Popper (dalam Jhon Scott, 2012:242) bahwa, “para aktor membuat keputusan mereka secara rasional dalam hubungannya dengan logika situasi tertentu”. Hal tersebut merupakan definisi tentang situasi yang ada pada lingkungan sekitar dan sebuah pertimbangan tentang pemikiran yang murni rasional yang harus dipertimbangkan. Para aktor yang mendefinisikan situasi tersebut dengan cara-cara yang berbeda akan cenderung untuk bertindak secara berbeda, tetapi mereka yang mendefinisikannya dalam cara yang sama, sebagai agen-agen rasional, akan bertindak dalam cara-cara yang serupa, menurut Jhon Scott (2012:242).

Menurut Homans (dalam Jhon Scott, 2012:244), “tidak ada pola interaksi yang akan muncul atau bertahan jika tidak semua partisipan dapat meraih keuntungan”. Para pedagang baju bekas tersebut dapat bertahan pada pekerjaannya karena banyaknya minat untuk membeli baju bekas dari para konsumennya sehingga mereka akan sama-sama dapat merasakan keuntungan karena para konsumen tersebut juga membutuhkan baju bekas yang memiliki model *uptodate* dan harganya murah untuk mempercantik penampilannya.

Jadi penerapan strategi dalam sebuah keluarga ataupun individu seorang pedagang baju bekas memerlukan sebuah cara dan aspek dari lingkungannya untuk dapat terpenuhi kebutuhan dalam hidupnya. Strategi tersebut dapat berarti bahwa perlu ada usaha bagaimana anggota keluarga tersebut dapat bertahan hidup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Strategi bertahan hidup merupakan rencana tindakan atau kegiatan yang dikerjakan sehingga dapat hidup dalam situasi apapun. Menurut Suharto (2009:29), secara umum strategi bertahan hidup dapat didefinisikan sebagai:

“Kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya, strategi penanganan masalah ini pada dasarnya merupakan kemampuan segenap anggota keluarga dalam mengelola segenap aset yang dimikinya”.

Strategi *survive* merupakan bagian dari teori Aksi. Pada teori Hinkle (dalam Setia, 2005:20) ini ditekankan bahwa individu menentukan sendiri sesuatu barang yang bermakna bagi dirinya sendiri. Jadi sebagai subyek, manusia bertindak atau berperilaku untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang memberikan makna baginya. Sesuai pandangan Hinkle (dalam Setia, 2005:21) diantara premis dari Teori Aksi disebutkan bahwa:

1. Sebagai subjek manusia bertindak atau berperilaku untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Jadi tindakan manusia bukan tanpa tujuan.
2. Dalam bertindak manusia menggunakan cara, teknik, prosedur, metode serta perangkat yang diperkirakan cocok untuk mencapai tujuan tersebut.

Seperti para pedagang baju bekas tersebut, mereka bekerja untuk meningkatkan penghasilan. Dalam berjualan pakaian bekas tersebut, para pedagang meningkatkan minat para pembelinya dengan menambah barang dagangan seperti kaos, celana, topi, dan jaket atau barang yang memiliki merk terkenal yang mungkin peminat dan permintaan dari barang tersebut lebih banyak. Selain itu para pedagang baju bekas juga mengalokasikan waktu berjualan yang dimulai sekitar jam 08:00 pagi - jam 19:00 sore, dan mencari tempat yang strategis sehingga barang dagangan yang mereka jual akan tetap mengalami *survive*..

Teori aksi menurut Hinkle (dalam Setia, 2005:24) menggambarkan unit-unit dasar tindakan sosial dengan karakteristik sebagai berikut :

“(a) Adanya individu dengan aktor, (b) Aktor dipandang sebagai pemburu tujuan-tujuan tertentu, (c) Aktor mempunyai alternatif cara, alat serta teknik untuk mencapai tujuannya, (d) Aktor berhadapan dengan sejumlah kondisi situasional yang dapat membatasi tindakannya dalam mencapai tujuan. Kendala tersebut berupa situasi dan kondisi, sebagian ada yang tidak dapat dikendalikan oleh individu, (e) Aktor berada dibawah kendala dari nilai-nilai, norma-norma dan berbagai ide abstrak yang mempengaruhinya dalam memilih dan menentukan tujuan serta tindakan alternatif untuk mencapai tujuan”.

Dalam teori Mc Clelland ditekankan mengenai adanya beberapa individu yang memiliki dorongan kuat untuk berhasil. Mereka lebih berjuang untuk memperoleh

pencapaian pribadi daripada memperoleh penghargaan. Mereka memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik atau efisien dibandingkan dengan sebelumnya. Mc Clelland (dalam Robbins, 2007:230) mengemukakan bahwa:

“Individu dengan prestasi tinggi membedakan diri mereka dari individu lain menurut keinginan mereka untuk melakukan hal-hal dengan lebih baik. Mereka mencari situasi-situasi dimana bisa mendapatkan tanggung jawab pribadi guna mencari solusi atas berbagai masalah, bisa menerima umpan balik yang cepat tentang kinerja sehingga dapat dengan mudah mereka berkembang atau tidak, dan dimana mereka bisa menentukan tujuan-tujuan yang cukup menantang”.

Teori di atas sesuai dengan fenomena yang terjadi pada aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang baju bekas. Dengan kondisi ekonomi yang pas-pasan, semangat kerja mereka tetap bertahan meskipun sudah banyak toko-toko yang menjual baju baru dengan harga yang relatif murah. Keinginan untuk maju dan meningkatkan pendapatan untuk hidup sejahtera menjadi alasan mereka memilih profesi sebagai pedagang baju bekas.

2.9 Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat memberi landasan atau acuan sebagai kerangka berfikir untuk mengkaji masalah dari sebuah penelitian dan sebagai informasi pendukung dalam melakukan penelitian. Kajian terhadap penelitian terdahulu yang diambil pertama adalah Penelitian yang dilakukan oleh Navira Rahma Dewi mahasiswa Universitas Jember Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Kesejahteraan Sosial tahun 2011 dengan judul “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima di Lingkungan Kampus Universitas Jember”. Hasil dari penelitian ini adalah strategi bertahan hidup pedagang kaki lima di lingkungan kampus Universitas Jember antara lain:

- a. Memanfaatkan lingkungan sosial dengan meminjam uang kepada tetangga saat penghasilan minim seperti saat libur semester.

- b. Mencari pekerjaan lain selain sebagai pedagang kaki lima yaitu menjadi kuli bangunan untuk menambah penghasilan tambahan.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang strategi, sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek penelitian. Pada penelitian terdahulu yang menjadi subjek penelitian adalah pedagang kaki lima (penjual nasi) sedangkan penelitian sekarang peneliti tertarik untuk meneliti subjek yang berbeda, yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pedagang baju bekas.

Kajian yang kedua oleh Oktaviana Ayu Dwi Purnamie, 2014 dengan judul Skripsi Strategi Pedagang Kaki Lima Akibat Kenaikan Harga Bahan Pokok. Menggambarkan bahwa kenaikan harga bahan pokok memberikan dampak pada pedagang nasi disekitar jalan Jawa Jember. Kenaikan harga bahan pokok itulah yang membuat para pedagang kaki lima harus memutar otak agar tidak merugi dan barang dagangannya tetap laku.

Peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Strategi yang digunakan oleh pedagang kaki lima saat bahan pokok naik, khususnya pedagang nasi yang ada di jalan jawa Jember supaya barang dagangannya tetap laku dan tidak merugi banyak. Untuk membatasi permasalahan yang akan dikaji dalam penelitiannya, penulis membatasi permasalahan strategi pedagang kaki lima saat bahan pokok naik.

Strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima (pedagang nasi) di jalan jawa Jember yaitu para pedagang membeli bahan-bahan yang kualitasnya nomor dua dan bahan lainnya yang lebih murah sehingga porsi nasi yang mereka jual tidak berkurang dan harga jualnya tetap sehingga para konsumen tetap membeli dagangan disana.

Pentingnya penelitian tersebut bagi penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan atau persamaan strategi yang dilakukan pedagang kaki lima akibat kenaikan harga bahan pokok dengan aspek yang mendasari pedagang baju bekas

bertahan pada pekerjaannya. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mendeskripsikan strategi yang dilakukan oleh pedagang (sektor informal).

2.10 Kerangka Berfikir

Pada sebuah penelitian kerangka berfikir dapat menjadi suatu acuan untuk memecahkan masalah yang akan diteliti. Kerangka berfikir merupakan penjelasan sementara terhadap objek permasalahan dimana kriteria utama kerangka berfikir ialah alur pemikiran logis yang membuahkan kesimpulan berupa hipotesis. Kerangka berfikir ini bertujuan untuk menjelaskan aspek apa yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dan strategi pedagang baju bekas dalam meningkatkan pendapatannya.

Kebutuhan pada setiap manusia merupakan sesuatu yang harus dipenuhi. Kebutuhan pada setiap makhluk hidup pastinya tidak sama, sehingga mereka akan merasakan sejahtera jika kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang dituntut untuk melakukan berbagai upaya sehingga mereka merasakan sejahtera. Kondisi sejahtera terjadi manakala kehidupan manusia aman dan bahagia karena kebutuhan dasar akan gizi, kesehatan, pendidikan, tempat tinggal, dan pendapatan dapat terpenuhi.

Kebutuhan manusia yang paling utama adalah pendapatan, sehingga dari pendapatan tersebut mereka dapat memenuhi kebutuhan yang lain, seperti kebutuhan makan dan pendidikan. Namun, pada saat ini proses percepatan pembangunan yang terlalu menitik beratkan pada laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi tidak diimbangi dengan pemerataan pendapatan pada masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja yang menganggur di kota-kota yang sedang berkembang karena kurangnya lowongan kerja dari sektor formal. Sehingga keberadaan sektor informal dapat membantu proses pembangunan dalam masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Sathurahman (dalam Noer, 1993:90), “sektor informal di negara sedang berkembang merupakan manifestasi dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja pada negara tersebut”. Karena kelebihan sektor informal bukan pada problem

keuntungan yang tinggi, tetapi yang terpenting adalah sekedar diperolehnya pendapatan bagi mereka yang tidak dapat bekerja di sektor formal dan kesempatan kerja yang sangat fleksibel (Manning dan Effendi, 1990:109).

Dengan adanya sektor informal para pencari kerja dapat bekerja dengan mudah tanpa syarat yang susah dan tidak perlu menunggu waktu yang lama. Karena pada umumnya sektor informal tidak memerlukan persyaratan yang rumit untuk masuk, waktu kerja sektor informal bebas, tidak adanya batas umur yang mengikat, dan pendidikan formal terbatas. Hal tersebut sesuai dengan ciri-ciri sektor informal yang dipaparkan oleh Wirosarjono (1991:50), yaitu:

1. Pola kegiatan tidak tercakup baik dalam arti waktu, modal maupun penerimaan.
2. Ia tidak tersentuh oleh peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.
3. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omsetnya biasanya kecil dan diusahakan atas penghitungan harian.
4. Tidak mempunyai tempat yang tetap atau ketrampilan dengan usaha lain.
5. Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan pekerja yang sedikit dari lingkungan keluarga, kenalan atau berasal dari daerah yang sama.
6. Tidak mengenal sistem perbankan, pembukuan, perkreditan dan lain sebagainya.
7. Umumnya dilakukan oleh dan melayani golongan masyarakat yang berpendapatan rendah.
8. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus sehingga secara luas dapat menyerap bermacam-macam tenaga kerja.

Pedagang baju bekas merupakan salah satu pekerjaan yang masuk dalam sektor informal. Pada umumnya mereka tidak mempunyai pendidikan tinggi, waktu kerja mereka sesukanya, dan usaha yang dilakukan tercakup dari anggota keluarga. Bekerja sebagai pedagang baju bekas merupakan pekerjaan pokok para pedagang baju bekas yang mereka jalankan dengan sungguh-sungguh. Sehingga berdagang baju bekas merupakan suatu pilihan yang ingin mereka jalankan dengan melihat aspek yang ada pada komoditas pasar. Aspek-aspek tersebut diantaranya adalah:

1. Perilaku konsumen

Konsumen yang masih menggemari baju bekas sedangkan banyak baju-baju baru yang dijual di toko ataupun di mall-mall. Mereka lebih suka membeli baju di pasar gombek karena model baju yang selalu mengikuti *trend*, merk baju bekas yang bagus, dan harga baju bekas yang lebih murah.

2. Model baju bekas yang unik

Para pedagang masih bisa bertahan pada pekerjaannya karena model baju bekas tersebut terlihat unik menurut para konsumennya. Para konsumen lebih senang membeli baju bekas di pasar gombek karena modelnya yang *vintage* dan tidak akan diproduksi lagi sehingga tidak akan ada yang menyamai.

3. Masih mudahnya untuk *kulakan* baju bekas

Dengan adanya larangan untuk menjual baju bekas tidak menjadi kendala para pedagang baju bekas untuk mendapatkan barang dagangan yang dijual lagi. Mereka masih bisa *kulakan* di kota-kota besar lainnya yang pemasokannya lebih banyak.

4. Mendapatkan keuntungan

Untuk *kulakan* baju bekas para pedagang tidak memerlukan modal yang tinggi. Namun mereka bisa mendapatkan untung yang lumayan tinggi sehingga bisa untuk mencukupi kebutuhan mereka. Para pedagang bisa mendapatkan untung yang tinggi dari merk baju bekas tersebut sehingga mereka harus lebih mengerti mengenai model maupun merk baju bekas yang bisa dijual dengan harga yang lebih mahal. Selain itu minat dari para konsumen juga selalu bertambah.

Dengan adanya aspek-aspek tersebut maka para pedagang baju bekas dapat bertahan pada pekerjaannya. Selain itu mereka juga berjualan di pusat pasar yang ramai karena berada di pinggir jalan besar arah Kediri-Nganjuk. Namun, para pedagang baju bekas juga harus bersaing dengan para pedagang baju baru. Karena pada saat ini tidak sedikit toko yang menjual baju baru dengan harga yang relatif murah. Selain itu model-model dari baju baru tidak kalah dengan baju bekas, yang

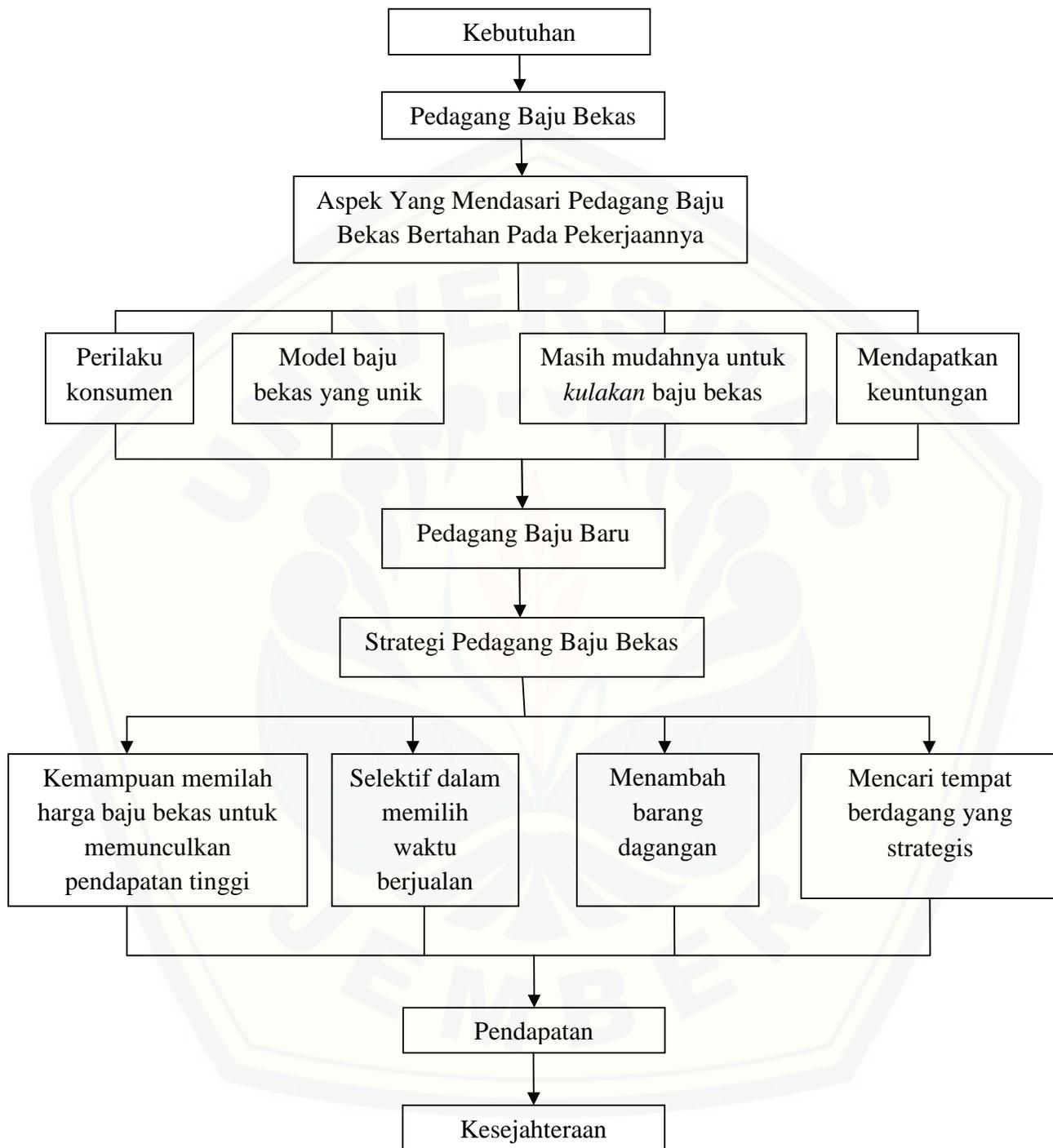
membedakan hanya baju bekas tidak akan diproduksi lagi sehingga tidak ada yang menyamai. Dengan adanya hal tersebut maka para pedagang juga harus melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan pendapatan mereka. Karena strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan (Rangkuti, dalam Purwanto, 2012:14). Strategi-strategi para pedagang baju bekas tersebut diantaranya yaitu:

1. Para pedagang baju bekas tidak menyama ratakan harga setiap bajunya. Mereka memilah setiap harga baju, antara baju yang bermerk, kualitas tinggi, dan baju yang biasa-biasa saja. Setelah itu juga memberi *display* pada setiap model baju baru.
2. Mereka menarik minat para pembeli dengan cara menambah barang dagangannya dengan model-model yang baru dan bermerk. Melengkapi barang dagangannya dengan kaos, celana, jaket, tas, dan topi yang berkualitas dan berbagai macam model atau pilihan.
3. Selektif dalam memilih waktu berdagang diperlukan untuk strategi para pedagang baju bekas. Karena mereka harus mencari waktu yang tepat untuk membuka toko. Misalnya pada hari minggu dimana para anak-anak sekolah dan orang-orang yang bekerja di sektor formal banyak yang libur sehingga dengan adanya waktu senggang mereka akan mengunjungi pasar gombek sekedar untuk berjalan-jalan atau mencari barang yang mereka perlukan.
4. Para penjual baju bekas tidak menjual barang dagangannya disembarang tempat, mereka harus mencari tempat yang strategis seperti menyewa toko yang ada di sepanjang jalan raya Wonoasri. Tujuannya supaya para pelanggan tidak kesusahan untuk mencari tempat berjualan para pedagang kemudian harinya dan tidak berjualan disembarang tempat.

Maka dengan adanya aspek dan strategi tersebut para pedagang baju bekas dapat bertahan pada pekerjaannya sehingga tercapainya kesejahteraan yang diharapkan oleh masing-masing pedagang karena pendapatannya juga ikut meningkat. Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dipaparkan di atas, adapun

gambar alur pikir terhadap aspek pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya di sepanjang jalan raya Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, sebagai berikut:





Gambar 3 : Alur Pikir Logika

Sumber : diolah oleh peneliti, Oktober 2016



BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Sedangkan metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi metodologi penelitian adalah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat pada penelitian (Usman, 2009:41). Metode penelitian tidak hanya berhubungan dengan pengetahuan, tetapi juga dengan ilmu pengetahuan. Karena itu metodologi pengetahuan termasuk dalam apa yang disebut epistemology. Epistemology adalah ilmu mengetahui, sedangkan metodologi (bagian dari epistemology) dapat dikatakan sebagai ilmu menemukan. Metodologi penelitian melihat apa yang ingin ditemukan di dalam kerangka teoritis tertentu, supaya apa yang akan ditemukan mendapatkan maknanya (Gulo, 2000:12).

1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang sangat penting bagi pengembangan ilmu dan untuk pemecahan suatu masalah. Dalam konteks ilmu sosial, kegiatan penelitian diawali dengan adanya minat untuk mengkaji secara mendalam terhadap munculnya fenomena tertentu. Dalam penelitian tersebut pasti ada metode penelitian yang memiliki peran penting dalam suatu penelitian. Peran dan fungsi metodologi penelitian sangat menentukan khususnya untuk bab III, IV, V. Oleh karena itu, persoalan penting yang patut dikedepankan dalam metodologi penelitian adalah dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipandang tepat untuk digunakan karena dapat mendeskripsikan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya. Penelitian kualitatif juga menekankan pada realita yang ada di lapangan, dimana berupaya untuk

menemukan fakta yang ada dan memperjelas permasalahan yang diteliti. Menurut Usman (2009:78) bahwa:

“Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri”.

Seperti yang dijabarkan oleh Idrus (2009:24) secara sederhana dapat dinyatakan bahwa “penelitian kualitatif adalah meneliti informan sebagai subjek penelitian dalam lingkungan hidup kesehariannya”. Maka peneliti kualitatif sedapat mungkin dapat berinteraksi dengan informan, mampu mengenal dekat dengan kehidupan informan, mengamati kehidupan informan secara apa adanya sesuai dengan fokus penelitian yang sedang peneliti amati.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti berusaha untuk memaparkan ataupun mendeskripsikan penelitian yang diteliti secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang didapat di lapangan. Penelitian deskriptif menurut Faisal (2005:21) bahwa:

“Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti”.

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena, seperti yang dijelaskan oleh Strauss (2003:5) bahwa:

“Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikit pun belum diketahui. Metode ini dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Demikian pula metode kualitatif dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kualitatif”.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa penelitian deskriptif yaitu mendeskripsikan suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan menggunakan

pendekatan kualitatif untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang akan diteliti. Manusia sebagai alat penelitian untuk menemukan fenomena-fenomena baru yang sedikit diketahui sebelumnya dengan melakukan analisis secara induktif. Dengan demikian jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu menggambarkan secara menyeluruh tentang fenomena yang sebenarnya mengenai aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dan strategi yang mereka lakukan untuk meningkatkan pendapatan.

3.3 Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian merupakan hal yang sangat penting dengan tujuan untuk memperjelas fokus penelitian. Menurut Moleong (2012:128) menjelaskan bahwa:

“Cara terbaik yang dapat ditempuh dalam penentuan lokasi penelitian adalah dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan dengan mempelajari serta mendalami fokus rumusan masalah penelitian, untuk itu diperlukan penjajakan lapangan untuk mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada di lapangan”.

Peneliti mencari fenomena mengenai aspek pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dan strategi yang dilakukan di Kabupaten Kediri. Penelitian ini berlokasi di Pasar Gombek, yang ada di sepanjang Jalan Raya Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Pasar Gombek merupakan julukan bagi tempat yang digunakan untuk berjualan oleh para pedagang baju bekas di Kabupaten Kediri. Kurang lebih ada 20 pedagang baju bekas di pasar tersebut. Keadaan pasar gombek tersebut tidak pernah sepi dari para pembeli walaupun sudah ada toko-toko yang menjual baju baru dengan harga yang relatif murah, bahkan saat hari sabtu atau minggu pembeli bertambah banyak. Selain itu, tempatnya strategis yang berada di jalan raya besar arah Kediri - Nganjuk sehingga banyak orang yang mampir untuk sekedar melihat-lihat ataupun membeli. Mayoritas pedagang baju bekas tersebut berjualan dengan mencari tempat yang strategis sehingga mereka menyewa toko ataupun membuat gubuk kecil-kecilan di pinggir jalan raya Wonoasri. Selain itu, para

pedagang juga mengalokasikan waktu berdagang sesuai dengan keadaan para konsumennya.

Pasar gombek merupakan pasar tempat berjualan baju bekas terbesar di Kediri yang bukanya setiap hari dibandingkan dengan pasar baju bekas yang ada di Tulungagung hanya berjualan dihari tertentu. Para pedagang yang ada di pasar gombek tidak mempunyai pekerjaan lain selain berjualan baju bekas, sehingga pekerjaan berdagang baju bekas tersebut merupakan pekerjaan pokok yang ditekuninya setiap hari.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam suatu penelitian membutuhkan orang yang menjadi sasaran untuk dapat memberikan informasi sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Menurut Moleong (2012:132), “informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian”.

Dalam penelitian ini, metode penentuan informan yang digunakan adalah teknik *purposive*. *Purposive* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam penelitian. Nasution (dalam Bungin, 2004:23) mengartikan “*purposive* sebagai penentuan sumber data yang dipilih dengan cermat hingga relevan dengan penelitian”.

Alasan peneliti menggunakan metode *purposive* sebagai metode penelitian karena peneliti telah melakukan observasi awal sebelum penelitian dilakukan, sehingga peneliti dapat mengetahui dengan jelas siapa saja yang dianggap mengerti dan dapat dijadikan sebagai informan nantinya. Peneliti juga membatasi dalam pengambilan informan sesuai dengan kriteria, kriteria tersebut adalah:

1. Pedagang baju bekas tersebut bersedia dijadikan sebagai informan.
2. Pedagang baju bekas yang berjualan dengan menyewa toko dan barang dagangan milik sendiri.
3. Pedagang baju bekas yang bekerja tidak memiliki pekerjaan lain, hanya bekerja sebagai pedagang baju bekas untuk meningkatkan pendapatannya.

4. Pedagang baju bekas tersebut sudah berjualan lebih dari satu tahun. Peneliti memfokuskan pada para pedagang yang sudah berjualan lebih dari satu tahun yang mana lebih mengerti mengenai seluk beluk berdagang baju bekas dan dapat memberikan data yang lebih jelas.

Selain itu, pembagian informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yang dipilih berdasarkan fungsinya, yaitu:

3.4.1 Informan Pokok (Primary Informan)

Informan berfungsi sebagai sumber data yang paling utama dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2012:47) menyatakan bahwa informan pokok atau *primary* informan harus memenuhi lima kriteria yang saling berkaitan, yaitu:

- a. Subjek telah cukup lama dan intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktif.
- b. Subjek yang masih terlibat secara penuh atau aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian peneliti.
- c. Subjek yang cukup banyak waktu atau kesempatan untuk dimintai informasi.
- d. Subjek yang dalam informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu.
- e. Subjek yang sebelumnya masih tergolong dengan penelitian.

Berdasarkan kategori di atas maka informan pokok dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Subjek adalah pedagang baju bekas yang ada di Pasar Gombek Desa Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.
- b. Subjek adalah pedagang baju bekas yang tidak memiliki pekerjaan lain dan bekerja sebagai pedagang baju bekas sudah lebih dari 1 tahun.
- c. Subjek berdagang baju bekas dengan menyewa toko sebagai tempat usaha.

Harapan pemilihan informan pokok di atas, yaitu mampu memberikan informasi atau data yang terkait secara faktual dan akurat sesuai kebutuhan peneliti. Sehingga peneliti dapat mengetahui dan bisa menggambarkan aspek yang mendasari

para pedagang baju bekas tetap berjualan baju bekas dan strategi yang dilakukan oleh para pedagang baju bekas dalam meningkatkan pendapatannya. Berdasarkan kriteria dan alasan penentuan informan di atas, maka informan yang dipilih oleh peneliti ada 5 (lima) orang informan pokok yang merupakan pedagang baju bekas di pasar Gombek. Berikut adalah deskripsi informan, yaitu:

1. Ibu SL

Informan SL merupakan pedagang baju bekas di pasar Gombek Desa Wonoasri yang sudah lumayan lama berdagang yaitu sudah 9 tahun lamanya. Informan berdagang dengan mencari lokasi yang strategis yaitu dengan menyewa toko. Saat ini informan berusia 45 tahun dan pendidikan terakhirnya adalah SMP (Sekolah Menengah Pertama).

2. Bapak SY

Informan SY adalah seorang pedagang baju bekas yang sudah menekuni pekerjaannya selama 11 tahun. Beliau memilih tempat berjualan yang strategis yaitu di pasar Gombek yang terkenal dengan pasar tempat menjual baju-baju bekas dengan harga yang relatif murah dan dengan kualitas yang lumayan bagus. Selain itu Informan juga menyewa toko sebagai tempat berdagang baju bekas. Informan saat ini berusia 47 tahun. Pendidikan terakhir beliau tamatan Sekolah Dasar.

3. Bapak AM

Informan AM merupakan pedagang baju bekas yang sudah 11 tahun berdagang. Informan berdagang dengan menyewa toko. Informan berusia 49 tahun dengan pendidikan akhir Sekolah Menengah Pertama.

4. Bapak KM

Informan KM merupakan pedagang baju bekas yang sudah berdagang selama 10 tahun dengan menyewa toko sebagai tempat usahanya. Informan berusia 52 tahun, dan terakhir pendidikan adalah SD (Sekolah Dasar).

5. Bapak RL

Informan RL merupakan pedagang baju bekas sejak 11 tahun lalu. Informan berusia 49 tahun, dan terakhir pendidikan SMP (Sekolah Menengah Pertama).

Dari semua informan pokok di atas, proses penggalian datanya dalam situasi dan waktu yang berbeda-beda. Beberapa informan diwawancarai ketika sedang melakukan aktifitas yaitu saat memilah model setiap bajunya atau saat membereskan barang dagangan dan ada juga yang saat santai sepi pengunjung. Begitupula dengan waktu penggalian datanya, penulis mewawancarai informan dengan waktu yang berbeda, ada yang pagi hari, siang hari, sore hari, namun pada waktu libur peneliti tidak melakukan wawancara karena selalu ramai dengan pengunjung, sehingga peneliti hanya mengamatinya. Penggalian data dilakukan sesuai kesepakatan antara informan dan peneliti supaya tidak mengganggu kegiatan informan. Peneliti mendatangi setiap toko informan pokok yang sudah peneliti tentukan, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

3.4.2 Informan Tambahan (Secondary Informan)

Menurut Suyanto dan Sutinah (2005:172) informan tambahan adalah “mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti”. Informan tambahan yaitu orang-orang yang dianggap tahu mengenai bagaimana cara yang dilakukan oleh pedagang baju bekas dalam meningkatkan pendapatan. Informan tambahan juga dibutuhkan untuk pengecekan keabsahan data yang diperoleh dari informan pokok.

Adapun karakteristik penentuan informan tambahan dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang dianggap tahu oleh peneliti tentang segala hal yang berkaitan dengan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya dan strategi yang dilakukan, yaitu:

1. Konsumen
2. Masyarakat sekitar

Pemilihan informan tambahan dilakukan sesuai dengan kriteria yang diterapkan oleh peneliti. Informan tambahan dalam penelitian ini sebanyak 4 (empat) orang. Informan merupakan warga asli Desa Wonoasri yang setiap harinya ikut berkecimpung di sekitar pedagang baju bekas karena mereka merupakan konsumen yang sering membeli baju bekas di pasar gombek dan warga sekitar yang melakukan pekerjaannya di pasar Gombek sebagai pedagang. Sehingga informan tersebut merupakan informan yang berinteraksi dengan informan pokok namun tidak terlibat secara langsung dalam aktifitas dan kegiatan informan pokok. Informan tersebut dianggap oleh peneliti sebagai orang yang banyak mengetahui aspek apa yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya, sehingga diharapkan dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya sesuai yang peneliti butuhkan. Adapun deskripsi dari informan tambahan tersebut:

1. Informan G

Informan merupakan salah satu konsumen yang senang membeli baju bekas dipasar gombek.

2. Informan R

Informan merupakan konsumen yang sering membeli baju bekas di pasar gombek untuk dipakai sendiri atau untuk dijual lagi.

3. Bapak LK

Informan LK merupakan warga sekitar yang bekerja sebagai tukang jahit di pasar gombek. Informan sudah 3 (tiga) tahun bekerja sebagai tukang jahit di pasar gombek. Informan berusia 53 tahun, dan pendidikan terakhir SD (Sekolah Dasar).

4. Bapak RM

Informan RM juga warga sekitar yang berjualan es di kawasan jalan raya Wonoasri. Informan sudah berjualan kurang lebih 4 (empat) tahun lamanya. Beliau berusia 44 tahun dengan pendidikan terakhir SD (Sekolah Dasar).

Data dari informan tambahan sangat dibutuhkan oleh peneliti agar data yang diperoleh peneliti benar-benar valid. Untuk mendapatkan data dari informan tambahan peneliti juga mengunjungi tempat mereka berjualan untuk menggali beberapa informasi yang peneliti butuhkan. Waktu yang digunakan untuk menggali data yaitu pada pagi hari dan siang hari saat konsumen maupun masyarakat sekitar berada di pasar gombek dan sedang santai.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi penting dalam sebuah penelitian karena tahapan ini akan mempengaruhi hasil dari proses penelitian yang dilakukan di lapangan untuk mengidentifikasi fenomena yang diteliti. Maka peneliti menggunakan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.5.1 Metode Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana fenomena yang ingin diteliti mampu menjawab di lokasi penelitian. Seperti yang dikemukakan Usman (2009:52) bahwa:

“Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (reliabilitas) dan keabsahannya (validitasnya)”.

Dari penjelasan di atas dijelaskan bahwa observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis, jadi dua indra yang sangat berperan penting dalam melakukan pengamatan yaitu mata dan telinga. Oleh karena itu, mata dan telinga harus benar-benar sehat terutama mata karena lebih dominan dalam melakukan pengamatan dibandingkan dengan telinga. Kegiatan saat observasi yaitu melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap awal observasi dilakukan secara umum, peneliti mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi

yang terfokus yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga dapat menemukan pola-pola perilaku dan hubungan yang terus menerus terjadi.

Menurut Faisal (dalam Sugiyono, 2012:64-67) mengklasifikasikan observasi menjadi tiga model yaitu observasi partisipatif, observasi terus terang atau tersamar, dan observasi tak terstruktur.

1. Observasi Partisipatif

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipatif ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Observasi ini dapat digolongkan menjadi empat, yaitu partisipasi aktif, partisipasi moderat, observasi pasif dan observasi yang lengkap.

2. Observasi Terus Terang atau Tersamar

Peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi, mereka diteliti mengetahui sejak awal hingga akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi suatu saat peneliti juga melakukan penelitian dengan tidak terus terang atau tersamar, hal ini untuk menghindari kalau suatu saat data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi.

3. Observasi Tidak Terstruktur

Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tidak berstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Fokus observasi akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Kalau masalah penelitian sudah jelas seperti dalam penelitian kuantitatif, maka observasi dapat dilakukan secara berstruktur dengan menggunakan observasi. Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrument yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipatif, namun dalam hal ini peneliti memilih observasi partisipatif pasif yang artinya peneliti melakukan observasi secara langsung dengan melakukan pengamatan namun tidak ikut terlibat dalam keseluruhan kegiatan para pedagang baju bekas. Peneliti hanya mengamati aktivitas yang dilakukan oleh para informan dan berkomunikasi dengan informan. Agar dapat meyakinkan data yang telah diperoleh oleh peneliti, bahwa data tersebut benar-benar valid dan sesuai dengan apa yang diteliti.

Dari teknik tersebut maka peneliti menggali informasi untuk mengetahui aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya. Dalam pelaksanaan observasi tersebut dilakukan secara langsung saat informan dalam keadaan santai dan saat membereskan baju, yaitu pada pagi hari sebelum adanya pelanggan yang datang dan pada sore hari saat pelanggan sudah sepi. Hal ini dilakukan oleh peneliti baik pada informan pokok maupun informan tambahan di toko tempat para pedagang baju bekas berjualan.

3.5.2 Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk memperdalam penelitian mengenai fenomena yang ada dengan menanyakan kepada informan sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh informan sehingga data tersebut benar-benar akurat. Wawancara merupakan tanya jawab lisan yang dilakukan antara dua orang atau lebih secara langsung. Menurut Usman (2009:55) kegunaan dari wawancara ialah “untuk mendapatkan data dari tangan pertama (primer), pelengkap teknik pengumpulan lainnya, menguji hasil pengumpulan data lainnya”.

Ada beberapa jenis wawancara menurut Esterberg dalam Sugiyono (2012:73) yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur.

1. Wawancara terstruktur (*Struetured Interview*)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan

instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

2. Wawancara semistruktur (*Semistruktur Interview*)

Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

3. Wawancara tidak terstruktur (*Unstructured Interview*)

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Peneliti disini menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur yang dapat memberi peluang kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan bagi informan, namun peneliti sejak awal sudah memiliki fokus penelitian yang terkait dengan aspek pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya sehingga seluruh wawancara yang dilakukan tetap terfokus atau diarahkan pada fokus penelitian yang telah ditentukan. Dalam pelaksanaan wawancara tersebut dilakukan secara langsung saat informan dalam keadaan santai dan saat membereskan baju, yaitu pada pagi hari sebelum adanya pelanggan yang datang dan pada sore hari saat pelanggan sudah sepi. Hal ini dilakukan oleh peneliti baik pada informan pokok maupun informan tambahan di toko tempat para pedagang berjualan. Peneliti melakukan wawancara hanya pada saat hari senin-jumat. Pada saat hari libur peneliti sengaja tidak melakukan wawancara sehingga peneliti hanya mengamati apa saja yang dilakukan oleh pedagang baju bekas dan para konsumennya.

3.5.3 Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengumpulan dokumentasi adalah dengan mengumpulkan data-data melalui dokumen-dokumen yang diperoleh oleh peneliti. Seperti yang dijelaskan oleh Arikunto (2002:206) yaitu:

“Motode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya”.

Dari penjelasan tersebut metode dokumentasi dilakukan guna memperoleh data sekunder dan data primer. Pengumpulan data peneliti ambil dari buku-buku dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti halnya profil Desa Wonoasri. Selain itu dokumen yang dilakukan peneliti dengan menulis dan merekam hasil wawancara dari informan pokok dan tambahan yang disertai dengan dokumentasi berupa foto.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah proses dari pengumpulan data selesai. Seperti yang dijelaskan oleh Bagdan dan Biklen dalam Usman (2009:84) bahwa “analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis melalui transkrip wawancara, catatan lapangan, dan dokumen yang secara akumulasi menambah pemahaman peneliti terhadap apa yang sudah ditemukan”. Sedangkan menurut Nasution dalam Usman (2009:84) menyatakan:

“Analisis data ialah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya (mengkategorikannya) dalam pola atau tema. Tafsiran atau interpretasi artinya memberikan makna terhadap analisis, menjelaskan pola atau kategori, serta mencari hubungan antara berbagai konsep”.

Dalam penelitian ini untuk membahas pokok permasalahan berdasarkan data mentah yang diperoleh dari hasil penelitian di lapangan kemudian dianalisis secara kualitatif untuk pemecahan. Transkrip data dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti kemudian diproses dalam pembuatan koding dari transkrip data yang telah dibuat. Hal tersebut dilakukan untuk menyederhanakan data yang akan dikategorisasikan dengan cara mengikat konsep-konsep kunci dalam satu besaran kategori yang sama. Dari data yang telah disederhanakan maka dibuat kesimpulan sementara, kesimpulan tersebut tidak boleh dicampur aduk dengan pemikiran dan penafsiran peneliti.

Sebelum mendapatkan kesimpulan akhir penulis akan melakukan pengecekan terlebih dahulu dari data-data yang sudah diperoleh penulis, terakhir adalah

penyimpulan data. Irawan (2006:76-80), membagi proses analisis data menjadi tujuh tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Mentah

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data mentah, seperti melalui wawancara, observasi lapangan dan kajian pustaka. Dalam melakukan tahap ini, pengumpulan data mentah didapatkan peneliti dari catatan lapang mengenai informan pokok dan informan tambahan, dan kesibukan informan saat berdagang. Selain itu hasil dari data mentah juga didapatkan oleh peneliti dari hasil rekaman dan catatan wawancara, serta foto-foto yang diambil dari *camera handphone*.

2. Transkrip Data

Dalam melakukan transkrip data, peneliti mencatat hasil dari catatan lapang seperti mengenai hasil wawancara berupa pekerjaan informan, kegiatan informan saat berdagang sehari-hari, dan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya.

3. Pembuatan Koding

Pada tahap ini peneliti membaca seluruh data yang sudah ditranskripkan. Proses pembacaan seluruh data dilakukan dengan seksama dan teliti. Pada bagian-bagian tertentu dari transkrip ditemukan hal-hal penting yang perlu dicatat untuk tahapan berikutnya. Dalam pembuatan koding, penulis mengambil kata kunci dari data yang sudah ditranskripkan sebelumnya dari hasil catatan di lapangan yang sudah penulis peroleh.

4. Kategorisasi Data

Pada tahap kategorisasi data, peneliti mengkategorikan data-data yang diperoleh sebelumnya dari hasil koding data informan pokok maupun informan tambahan. Tujuannya untuk menyederhanakan lagi data-data menurut kategorisasi masing-masing yang sudah ditentukan oleh penulis yaitu: aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya.

5. Penyimpulan Data

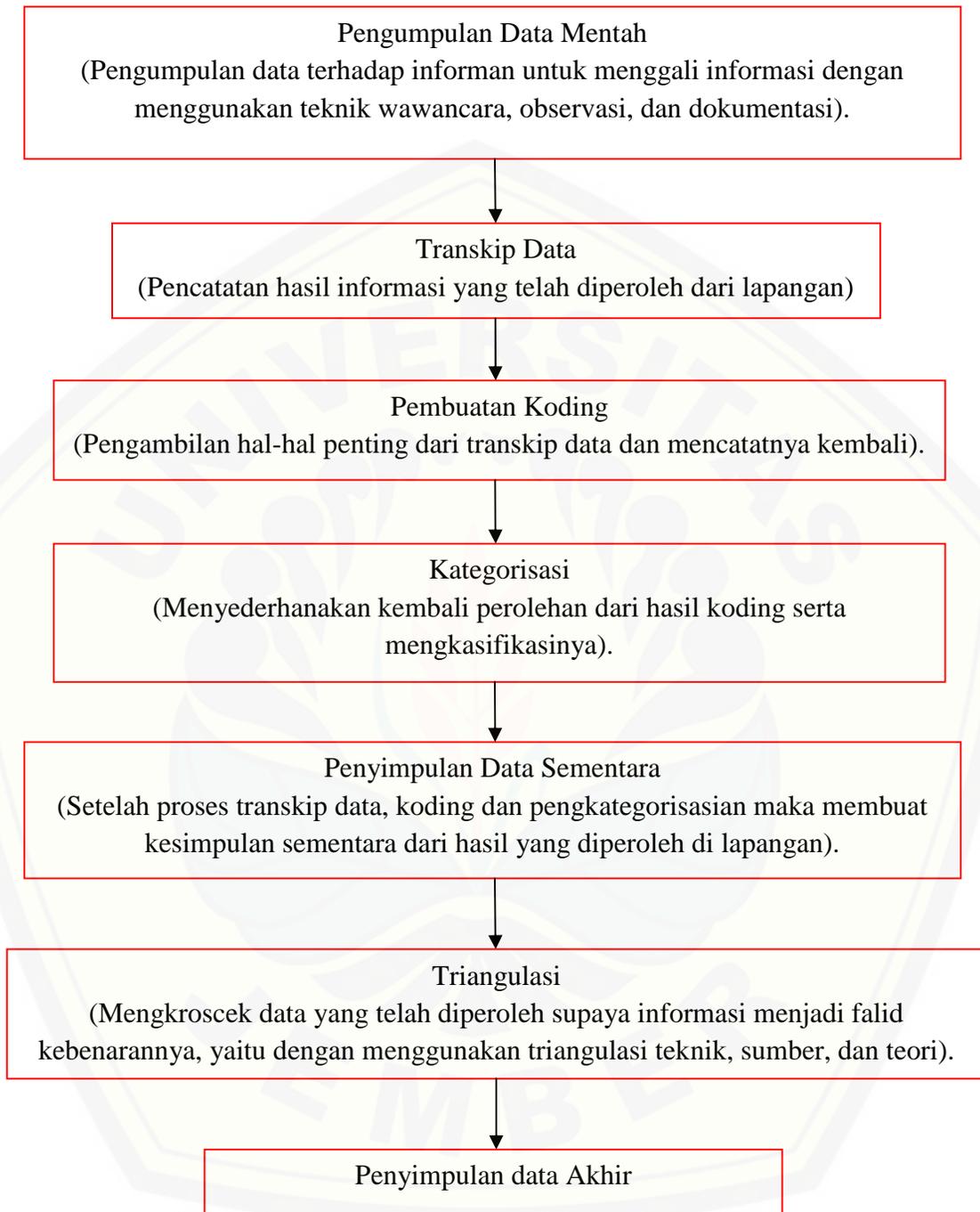
Pada tahap penyimpulan data, peneliti membuat kesimpulan sementara dari data-data yang telah dikategorikan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan yaitu berupa aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya.

6. Triangulasi

Triangulasi adalah proses *check* dan *rescheck* antara satu sumber data dengan sumber lainnya atau kroscheck dari satu teknik lainnya. Dalam proses ini beberapa kemungkinan dapat terjadi, kemungkinan yang mungkin terjadi. 1. sumber senada dengan sumber lainnya, 2. sumber satu berbeda dengan sumber data lainnya akan tetapi tidak harus bertentangan, 3. satu sumber bertolak belakang dengan sumber lainnya, atau data yang diperoleh dari teknik wawancara dengan teknik observasi serta dokumentasi tidak senada atau bahkan sebaliknya. Dalam proses triangulasi data, peneliti mengkroscek sumber data yang diperoleh dari hasil wawancara antara masing-masing informan pokok maupun informan tambahan serta peneliti juga mengkroscek hasil perolehan data dengan teknik yang sudah digunakan diantaranya yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

7. Penyimpulan Data Akhir

Pada tahap penyimpulan data akhir, kemungkinan akan mengulangi tahapan pertama hingga pada tahapan triangulasi berkali-kali, sebelum peneliti mengambil kesimpulan akhir atau mengakhiri penelitian. Kesimpulan akhir ini diambil ketika peneliti merasa data sudah jenuh dan setiap penambahan data baru hanya berarti ketumpang tindihan. Jadi pada tahap ini penulis membuat kesimpulan akhir dari proses keseluruhan analisis data, yaitu dari hasil pengamatan data yang telah penulis peroleh di lapangan dari informan pokok maupun informan tambahan. Adapun bagannya, yaitu:



Gambar 2. Alur Analisis Data (Sumber: Irawan, 2006:76)

3.7 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini digunakan agar data yang sudah diperoleh benar-benar valid dan berusaha untuk meningkatkan rasa kepercayaan data. Maka dari itu, dalam penelitian kualitatif dilakukan usaha keabsahan data. Dengan mengacu pada Moleong dalam Idrus (2009:145), yaitu:

“Untuk membuktikan validasi data ditentukan oleh kreadibilitas temuan dan interpretasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh subjek penelitian”.

Penelitian ini merujuk pada teknik triangulasi seperti yang diungkapkan oleh Moleong (2012:30) bahwa:

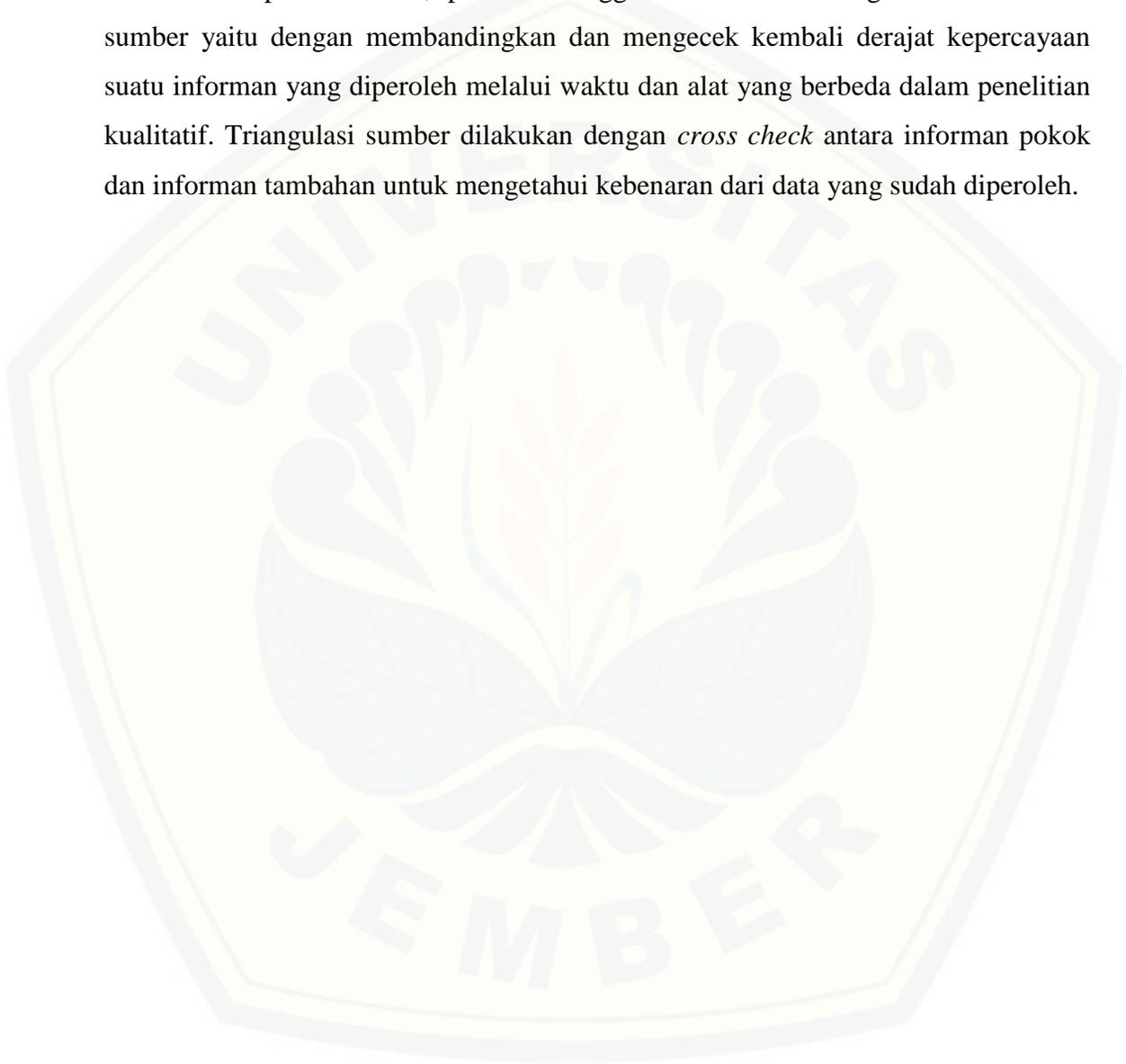
“Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu sendiri”.

Menurut Moleong (2012:330-331), teknik triangulasi data dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

1. Triangulasi dengan sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang beerbeda dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut dapat dicapai dengan cara: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan oleh orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang mengenai situasi peneliti dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumentasi yang berkaitan.
2. Pada triangulasi dengan metode, terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

3. Triangulasi dengan teori, dinamakan penjelasan banding dalam hal ini, jika analisis telah menggunakan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis, maka penting sekali untuk mencari tema atau memperjelas perbandingan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi berdasarkan sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber dilakukan dengan *cross check* antara informan pokok dan informan tambahan untuk mengetahui kebenaran dari data yang sudah diperoleh.



BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Letak dan Keadaan Geografis Desa Wonoasri

Kawasan Desa Wonoasri terutama di sepanjang Jalan Raya Wonoasri merupakan salah satu tempat strategis di Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri yang banyak dimanfaatkan untuk pusat bisnis (toko besar atau pusat belanja) dan jalanan menuju tempat wisata yaitu wisata air terjun Sedudo dan Roro Kuning. Selain itu jalan Wonoasri juga merupakan jalur utama arah Nganjuk- Kediri. Oleh karena itu Jalan Raya Wonoasri banyak dilewati oleh para pengunjung wisata tersebut maupun para warga yang ingin belanja. Keramaian jalan raya Wonoasri dimanfaatkan oleh sebagian warga Desa Wonoasri untuk mencari penghasilan dengan menjadi pedagang baju bekas yang berada di sepanjang jalan raya Wonoasri. Di sekitar pedagang baju bekas tersebut juga terdapat banyak pedagang makanan dan minuman atau toko-toko besar yang menjual berbagai macam keperluan masyarakat.

4.1.1 Letak Geografis

Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri terletak di barat daya Kabupaten Kediri dengan luas wilayah $3,86 \text{ km}^2$ yang terdiri dari dua dusun yaitu dusun Wonoasri dan dusun Sukosewu. Dengan batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Sumberejo
Sebelah Timur : Desa Sonorejo
Sebelah Selatan : Desa Banyakan
Sebelah Barat : Desa Grogol dan Cerme

Desa Wonoasri terletak pada ketinggian $\pm 4 \text{ m}$ di atas permukaan laut, topografinya terdiri dari dataran rendah dengan sawah pengairan, tadah hujan dan pengairan bawah tanah dengan suhu rata-rata 30° Celcius hingga 32° Celcius pada siang hari dan 29° Celcius hingga 30° Celsius pada malam hari. Desa Wonoasri dilalui jalur lalu lintas antar Propinsi sehingga memudahkan akses perkembangan

ekonomi lebih cepat dan mudah dikenal banyak orang terkait hasil produk yang dihasilkan.



Gambar 4.1: Peta Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri
Sumber : Profil Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dan
Dokumentasi Penelitian

4.1.2 Kondisi Penduduk

Potensi sumber daya manusia berdasarkan jenis kelamin:

Table 4.1 Kondisi Penduduk Desa Wonoasri Per Bulan Mei-Juni

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang atau Jiwa
1	Penduduk Laki-Laki	805
2	Penduduk Perempuan	896
Total		1.701

Sumber: Profil Desa Wonoasri 2016

Pada bulan Mei-Juni jumlah penduduk di Desa Wonoasri sebanyak 1.701 orang, yang terdiri dari 805 penduduk laki-laki dan 896 penduduk perempuan. Menurut data primer yang diperoleh dari profil Desa Wonoasri per bulan Mei-Juni ada sebanyak 479 KK. Data di atas dapat menyimpulkan bahwa penduduk yang berada di Desa Wonoasri lebih banyak penduduk perempuannya dibandingkan dengan penduduk laki-laki.

4.1.3 Kondisi Pendidikan

Potensi sumber daya manusia berdasarkan tingkat pendidikan:

Table 4.2 Kondisi Pendidikan Desa Wonoasri

No	Pendidikan	Jumlah Orang
1	Belum Sekolah	52
2	PAUD	21
3	TK	68
4	SD/Sederajat	465
5	SMP/Sederajat	94
6	SMA/Sederajat	89
7	D-3	5
8	S-1	13

Sumber: Profil Desa Wonoasri 2016

Jumlah prasarana pendidikan di Desa Wonoasri untuk gedung TK sebanyak 2 gedung dan PAUD ada sebanyak 3 gedung. Sedangkan untuk lembaga bimbingan belajar SD, SMP, dan SMEA sebanyak satu lembaga yaitu YBBK. Dan ada juga taman pendidikan Al Qur'an di Desa Wonoasri sebanyak 1 gedung.

Menurut data yang diperoleh dari profil Desa Wonoasri per bulan Mei-Juni di atas, bahwa penduduk yang belum sekolah sebanyak 52 orang, pendidikan PAUD sejumlah 21 orang, TK berjumlah 68 orang, SD atau Sederajat berjumlah 465 orang, tamat SMP atau Sederajat berjumlah 94, tamat SMA atau Sederajat berjumlah 89 orang, tamat D-3 berjumlah 5 orang, dan tamat S-1 berjumlah 29 orang. Menurut data di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk Desa Wonoasri adalah tamatan Sekolah Dasar.

4.1.4 Kondisi Keagamaan

Potensi sumber daya manusia berdasarkan agama yang dianut:

Table 4.3 Kondisi Keagamaan Desa Wonoasri per Bulan Mei-Juni

No	Agama	Jumlah
1	Agama Islam	1.022
2	Agama Kristen atau Katolik	679

Sumber: Profil Desa Wonoasri 2016

Data tersebut menunjukkan, penduduk Desa Wonoasri mayoritas memeluk agama islam, namun ada sekitar 40% penduduk yang memeluk agama Kristen atau Katolik. Hal tersebut terlihat dengan adanya bangunan masjid 1 bangunan dan mushola 2 bangunan. Selain itu di Desa Wonoasri juga sudah tersedia 2 bangunan gereja yang dapat mempermudah penduduknya untuk menunaikan ibadah. Dengan adanya pemeluk agama yang berbeda, penduduk Desa Wonoasri tetap saling membaur antara penduduk yang memeluk agama islam maupun dengan penduduk yang memeluk agam Kristen dan Katolik.

4.1.5 Mata Pencaharian

Potensi sumber daya manusia berdasarkan mata pencaharian pokok:

Table 4.4 Pencaharian Penduduk Desa Wonoasri

No	Mata Pencaharian	Jumlah Orang
1	Pedagang	192
2	Petani	23
3	Pengrajin	31
4	Peternak	19
5	Penjahit	17
6	Tukang	25
7	Pegawai Negeri	176
8	Dokter	1
9	Polri	3
10	TNI	2
11	Polisi	5
12	Montir	11

Sumber: Profil Desa Wonoasri 2016

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mata pencaharian masyarakat Desa Wonoasri adalah sebagai pedagang dan pegawai negeri. Karena banyaknya pedagang baju bekas di sepanjang jalan raya Wonoasri, sehingga hal tersebut mengakibatkan adanya kesempatan kerja di sektor informal yang utamanya sebagai pedagang baju bekas itu sendiri, pedagang makanan, dan tukang jahit yang ada di sekitar toko para pedagang baju bekas.

4.2 Deskripsi Informan

Peneliti dalam penelitian ini meneliti fenomena yang ada pada pedagang baju bekas di pasar gombek, yaitu aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya. Dimana dalam mempertahankan pekerjaannya para pedagang

baju bekas harus melihat kondisi di lingkungan sekitar seperti permintaan dari konsumen baju bekas itu sendiri. Sehingga barang dagangan yang mereka jual tetap laku dipasaran meskipun sudah adanya larangan mengenai berjualan barang bekas dan adanya toko yang menjual baju-baju baru dengan harga yang relatif murah.

Untuk menentukan informan, peneliti menggunakan dua jenis informan yaitu informan pokok dan informan tambahan. Informan pokok adalah orang yang terlibat langsung dalam penelitian sedangkan informan tambahan adalah orang yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, informan pokok berjumlah 5 (lima) orang dan informan tambahan berjumlah 4 (empat) orang.

4.2.1 Deskripsi Informan Pokok

Informan pokok adalah pedagang baju bekas yang masih berjualan baju bekas sampai saat ini. Untuk mengetahui kondisi serta keadaan informan, peneliti memberikan deskripsi mengenai informan pada penelitian ini. Berdasarkan data lapangan, berikut merupakan deskripsi dari informan pokok tersebut:

1. Informan Ibu SL

Ibu SL adalah seorang pedagang baju bekas yang berada di pasar gombek yaitu di sepanjang jalan raya Wonoasri, umur Ibu SL 45 tahun. Beliau mengenyam pendidikan hanya sampai SMP saja. Beliau bekerja sebagai pedagang baju bekas sudah 9 tahun. Beliau mempunyai 2 orang anak yang masih bersekolah, yang pertama kelas 2 SMP dan yang kedua kelas 3 SD. Pendapatan bersih sebagai pedagang baju bekas rata-rata setiap harinya beliau trima sekitar Rp.60.000,- sampai Rp.100.000,-.

2. Informan Bapak SY

Bapak SY adalah seorang pedagang baju bekas yang berada di pasar gombek yaitu di sepanjang jalan raya Wonoasri, umur Bapak SY 47 tahun. Beliau mengenyam pendidikan hanya sampai SD saja. Beliau bekerja sebagai pedagang baju bekas sudah 11 tahun. Beliau mempunyai 2 orang anak yang

masih bersekolah, yang pertama kelas 1 SMA dan yang kedua kelas 2 SMP. Pendapatan sebagai pedagang baju bekas rata-rata setiap harinya sekitar Rp.50.000,- sampai Rp.100.000,-.

3. Informan Bapak AM

Bapak AM adalah seorang pedagang baju bekas yang berada di pasar gombek yaitu di sepanjang jalan raya Wonoasri, umur Bapak AM 49 tahun. Beliau mengenyam pendidikan hanya sampai SMP saja. Beliau bekerja sebagai pedagang baju bekas sudah 11 tahun. Beliau mempunyai 3 orang anak yang masih bersekolah, yang pertama kuliah semester 4, kedua kelas 2 SMA dan yang ketiga kelas 6 SD. Informan AM setiap harinya bisa mendapatkan pendapatan rata-rata yang lebih banyak dari informan SL dan SY yaitu sekitar Rp. 75.000,- sampai Rp.150.000,-/harinya.

4. Informan Bapak KM

Bapak KM adalah seorang pedagang baju bekas yang berada di pasar gombek yaitu di sepanjang jalan raya Wonoasri, umur Bapak KM 52 tahun. Beliau mengenyam pendidikan hanya sampai SD saja. Beliau bekerja sebagai pedagang baju bekas sudah 10 tahun. Beliau mempunyai 2 orang anak yang satunya masih bersekolah, yaitu kelas 3 SMA. Rata-rata pendapatan yang diperoleh Bapak KM adalah Rp.50.000,- sampai Rp.85.000,-/harinya.

5. Informan Bapak RL

Bapak RL adalah seorang pedagang baju bekas yang berada di pasar gombek yaitu di sepanjang jalan raya Wonoasri, umur Bapak RL 49 tahun. Beliau mengenyam pendidikan hanya sampai SMP saja. Beliau bekerja sebagai pedagang baju bekas sudah 11 tahun. Beliau mempunyai 1 orang anak yang masih bersekolah, yaitu kelas 2 SMA. Pendapatan sebagai pedagang baju bekas rata-rata setiap harinya tidak jauh beda dengan pendapatan yang diperoleh oleh Bapak KM. Bapak RL juga bisa mendapatkan keuntungan yang hampir sama dengan Bapak KM yaitu Rp.60.000,- sampai Rp.95.000,-/harinya.

4.2.2 Umur Informan

Umur seseorang dapat menunjukkan apakah seseorang dapat dikatakan masuk dalam kategori usia produktif atau usia tidak produktif. Apabila umur seseorang masuk dalam kategori produktif maka orang tersebut dianggap mampu melakukan kegiatan fisik termasuk bekerja untuk mencari nafkah atau meningkatkan pendapatan. Seseorang yang masih dalam usia produktif diharapkan bisa menggunakan tingkat produktivitas yang mereka miliki dengan baik supaya dapat menghasilkan sesuatu bagi dirinya maupun keluarganya untuk tetap dapat melangsungkan kehidupan sehari-hari. Berikut ini adalah tabel mengenai umur informan:

Tabel 4.5
Umur Informan Pokok

No	Nama Informan	Umur
1	Ibu SL	45 tahun
2	Bapak SY	47 tahun
3	Bapak AM	49 tahun
4	Bapak KM	52 tahun
5	Bapak RL	49 tahun

Sumber : Data Informan Pokok 2016

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa kelima informan pokok tersebut masih masuk dalam usia produktif. Usia tertinggi yaitu 52 tahun sebanyak satu orang Bapak KM, usia 49 tahun ada dua orang yaitu Bapak AM dan Bapak RL, usia 47 tahun ada satu orang yaitu Bapak SY, dan usia terendah yaitu 45 tahun ada satu orang yaitu Ibu SL. Karakteristik dari segi umur pekerja sektor informal, tidak ada batasan sepanjang mereka masih mampu dan mau bekerja. bahkan anak-anak sekolah yang belum layak bekerja bisa memasuki sektor informal sebagai pedagang.

Secara relatif bekerja pada sektor informal tidak memiliki batas umur yang mengikat seperti yang diperlukan pada sektor formal. Siapapun yang berminat memasuki sektor ini dalam usia berapapun dapat membuka dan menjalankan

usahanya. Sehingga usia pada pedagang baju bekas tersebut tidak menjadi masalah mengenai layak tidaknya mereka melakukan pekerjaan untuk mencapai suatu kesejahteraan selagi mereka mampu melakukannya untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.

4.2.3 Pendidikan Informan

Pendidikan sedikit banyak dapat mempengaruhi pekerjaan seseorang dan bagaimana seseorang tersebut bisa meningkatkan pendapatan untuk mencapai kesejahteraan dalam hidupnya. Banyak masyarakat yang tidak memperoleh pekerjaan yang layak karena pendidikannya rendah dan kurangnya pengetahuan. Dari data yang diperoleh di lapangan yaitu dari pedagang baju bekas dapat dinyatakan bahwa pendidikan informan hanya berpendidikan rendah. Data lebih jelas mengenai pendidikan informan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.6

Tingkat Pendidikan Informan Pokok

No	Nama Informan	Tingkat Pendidikan
1	Ibu SL	SMP
2	Bapak SY	SD
3	Bapak AM	SMP
4	Bapak KM	SD
5	Bapak RL	SMP

Sumber : Data Informan Pokok 2016

Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa ada dua orang dari lima informan yang berpendidikan SD yaitu Bapak SY dan Bapak KM, sedangkan ketiga informan lainnya berpendidikan SMP yaitu Ibu SL, Bapak AM, dan Bapak RL. Data disimpulkan bahwa pendidikan mempengaruhi pekerjaan seseorang jika mereka ingin bekerja di sektor formal. Faktor utama tersebut disebabkan karena pendidikannya yang rendah. Namun selagi mereka mempunyai kemauan dan kemampuan, maka mereka bisa

bekerja di sektor formal. Bekerja sebagai pedagang baju bekas contohnya. Bapak dan Ibu tersebut berpendidikan rendah disebabkan karena kurangnya biaya untuk meneruskan kependidikan yang lebih tinggi. Penghasilan orang tua yang tidak begitu besar tidak cukup untuk biaya sekolah karena jumlah saudara mereka tidak hanya satu dan untuk kebutuhan yang lainnya juga.

4.2.4 Masa Kerja Informan Sebagai Pedagang Baju Bekas

Dari hasil wawancara dengan informan yang telah diketahui bahwa pekerjaan mereka sebagai pedagang baju bekas merupakan pekerjaan pokok yang ditekuninya setiap hari dengan tujuan meningkatkan pendapatan. Seluruh informan pokok mengatakan bahwa mereka tidak memiliki pekerjaan sampingan. Untuk meningkatkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka hanya mengandalkan penghasilan dari pekerjaannya sebagai pedagang baju bekas. Oleh karena itu para informan tersebut menekuni pekerjaannya walaupun sudah ada larangan mengenai perdagangan barang bekas. Adapun lama kerja informan dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.7

Masa Kerja Informan Pokok sebagai Pedagang Baju Bekas

No	Nama Informan	Masa Kerja Informan
1	Ibu SL	9 tahun
2	Bapak SY	11 tahun
3	Bapak AM	11 tahun
4	Bapak KM	10 tahun
5	Bapak RL	11 tahun

Sumber : Data Informan Pokok 2016

Tabel 4.4 dapat dilihat keterangan masa informan pokok bekerja sebagai pedagang baju bekas, dari kelima informan tersebut ada tiga orang yang telah bekerja sebagai pedagang baju bekas 11 tahun yang merupakan masa kerja terlama, yaitu

Bapak SY, Bapak AM, Bapak RL. Ada satu orang informan dengan masa kerja 10 tahun yaitu Bapak KM. Sedangkan informan dengan masa kerja yang terendah yaitu informan Ibu SL dengan masa kerja 9 tahun.

4.2.5 Jenis Barang yang Dijual

Di sepanjang jalan raya Wonoasri Kabupaten Kediri terdapat berbagai macam pedagang sektor informal yang dibedakan menurut barang yang mereka jual. Namun dalam penelitian ini informan pokok telah ditentukan berdasarkan apa yang mereka jual sebagai barang dagangan. Berikut ini merupakan tabel mengenai jenis barang yang dijual:

Tabel 4.8
Jenis Barang yang Dijual

No	Nama Informan	Jenis Barang yang Dijual
1	Ibu SL	Pakaian laki-laki: Kaos, kaos kerah, kemeja, celana jeans, celana katun, trining, celana kempol, jaket parasit, jaket gunung, dan jaket jeans jika musim. pakaian wanita:kaos, baju rajut, kemeja, celana kain, celana jeans, rok, jaket, sweter, dan dress. Barang lain: topi, tas, slimut, korden, dan spreii.
2	Bapak SY	Baju laki-laki: Kaos, kaos kerah, celana jeans, trining, celana katun, celana kempol,

		celana jeans panjang dan pendek, jaket.
3	Bapak AM	Baju Laki-laki: Kaos, kaos kerah, kemeja, jaket jemper, jaket kulit, jaket jeans, jaket gunung, switer, celana jeans, dan trining. Baju perempuan: kemeja, dres, celana jeans, dan jaket. Barang lain: barang yang diobral dengan berbagai model.
4	Bapak KM	Baju laki-laki: kemeja, kaos, celana jeans, jaket. Baju Perempuan: kaos, kemeja, jaket, celana jeans.
5	Bapak RL	Baju laki-laki: kaos, celana jeans, celana cargo, jaket kulit.

Sumber : Data Informan Pokok 2016

Dari data tabel tersebut dapat diketahui macam-macam barang atau baju bekas yang dijual oleh para informan yang sudah diwawancarai oleh peneliti. Para informan pedagang baju bekas tersebut rata-rata menjual kaos, kaos kerah, hem, jaket, trining dan celana jeans. Hanya beberapa informan yang menjual jaket gunung, jaket jeans, jaket kulit, switer, sabuk, tas, topi, spre, dress, baju rajut, slimut dan celana cargo. Para informan tersebut menjual macam-macam barang dagangan sesuai dengan banyaknya permintaan atau minat dari para pembelinya atau langganannya.



Gambar 4.2 : Barang Dagangan Yang Dijual

Sumber : Dokumentasi Penelitian

4.2.6 Deskripsi Informan Tambahan

Dalam penelitian ini, informan tambahan digunakan sebagai alat pengecekan ulang keabsahan data yang telah diperoleh dari informan pokok yaitu pedagang baju bekas. Keterangan yang didapat dari informan tambahan digunakan sebagai penguat data dari informan yang sudah didapat dari informan pokok. Oleh karena itu diperlukan informasi tambahan dari mereka yang benar-benar dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti terkait dengan aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya.

Informasi mengenai hal tersebut tentunya dapat diperoleh dari orang-orang yang bekerja atau berada disekitar pasar Gombek juga, yaitu konsumen dan warga sekitar. Mereka merupakan informan yang mengetahui langsung kegiatan para pedagang baju bekas namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan setiap harinya. Berikut ini tabel mengenai data informan tambahan yang telah ditetapkan oleh peneliti:

Tabel 4.9
Identitas Informan Tambahan

No	Nama Informan	Hubungan dengan Informan Pokok	Umur	Pendidikan
1	Informan N	Masyarakat Sekitar (pedagang es)	32	SD
2	Informan L	Masyarakat Sekitar (tukang jahit)	45	SMP
3	Informan G	Konsumen	23 tahun	Mahasiswa
4	Informan R	Konsumen	19 tahun	SMA

Sumber : Data Informan Tambahan 2016

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa informan tambahan ada empat informan yaitu masyarakat sekitar ada dua orang informan N dan L. Dan dari konsumen ada dua informan yaitu G dan R. Informan tambahan memiliki pendidikan yang tinggi yaitu Mahasiswa dan lulusan SMA, sednagkan dari masyarakat sekitar hanya lulusan Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama. Usia mereka masih produktif, untuk konsumennya berusia 23 dan 19 tahun. Sedangkan masyarakat sekitar berusia 32 dan 45 tahun.

1.3 Kondisi Pasar Gombek dan Pedagang Baju Bekas

Lokasi usaha para informan berada di pasar gombek tepatnya di sepanjang jalan raya Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, sehingga lokasi-lokasi usaha pedagang baju bekas yang berada di tempat lain tidak menjadi bagian dalam penelitian yang peneliti lakukan. Pasar Gombek ini merupakan pasar pakaian bekas import yang terbesar di Kediri sehingga mampu menarik minat para masyarakat. Keberadaan pasar gombek ini lebih banyak didengar dari mulut ke mulut. Sungguh sangat mengagetkan ketika kita menjejakkan kaki di pasar ini, terdapat beberapa puluh ribu jenis pakaian bekas import yang didatangkan dari luar Indonesia, namun

kebanyakan para pedagang baju bekas di pasar gombek tersebut mengambil barang dagangan di kota-kota lain yang pemasoknya lebih banyak. Pakaian bekas yang dijual tersebut dapat dikatakan sebagai pakaian bekas impor karena dapat ditandai dengan logo dalam baju yang biasa bertuliskan cina. Biasanya para pedagang itu akan membeli dalam bal-balan atau karung pakaian bekas yang isinya masih campur berbagai jenis model baju dan ada juga yang sudah disortir terlebih dahulu dan dipisahkan sesuai jenis serta kualitas pakaian bekas itu sendiri. Harga per bal pakaian bekas bisa sekitar Rp.3 juta/bal sampai Rp.5 juta/bal untuk baju yang kualitasnya masih bagus. Sedangkan untuk baju yang sudah disortir, sekitar Rp.1 juta/bal sampai Rp.2 juta/bal karena kualitas bajunya sudah lumayan jelek. Adapun baju yang dijual dengan harga Rp.300.000,- samapi Rp.500.000,- untuk baju yang sudah disortir berkali-kali. Kemudian para pedagang itu pun melanjutkan menjual pakaian-pakaian bekas kemasyarakat di areal pasar gombek ini. Tidak sedikit pedagang yang langsung mencuci setrika pakaian bekas tersebut, namun ada juga yang langsung menjualnya walaupun dengan keadaan lusuh. Menurut para pedagang, pakaian bekas yang sudah langsung dicuci tersebut bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi karena modelnya akan terlihat lebih bagus karena tidak lusut lagi dan dapat menarik minat para pembeli. Seperti teori yang dipaparkan oleh Agus Suyanto (1992:101) “minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang lahir dengan penuh kemauan dan ketergantungan dari bakat dan lingkungan”. Seseorang tersebut akan semakin mempunyai kemauan jika barang yang dijual oleh pedagang dapat menarik minat mereka.



Gambar 6 : Baju Berlogo Cina

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Pengunjung dan konsumen di pasar gombek berasal dari berbagai kalangan, khususnya anak muda yang mengetahui merk-merk terkenal. Jenis pakaian yang dijual di pasar gombek tersebut mayoritas jumlahnya terbatas atau hanya tersedia satu barang saja tidak ada pilihan yang lainnya sehingga terkesan lebih menarik. Efek tersebut tidak akan didapat ketika kita membeli pakaian di mall-mall karena pakaian-pakaian yang dijual disana rata-rata banyak stoknya. Ada berbagai macam baju bekas dan barang bekas yang dijual di pasar gombek. Mulai dari baju anak-anak, anak remaja, dan orang tua. Setiap pedagang yang ada di pasar gombek tidak menjual barang bekas yang sama, ada yang hanya menjual baju wanita, baju laki-laki, dan baju yang bermerk saja. Baju-baju yang banyak dijual di pasar gombek diantaranya kaos, kaos polo, kermeja, berbagai model celana, jaket, tas, topi, sabuk, sprei, slimut, korden, dan bahkan pakaian dalampun ada namun hanya pedagang-pedagang tertentu karena permintaan dari pelanggannya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih dengan berbagai pilihan (Hurlock, 1995:144). Sehingga para konsumen akan semakin bebas dalam memilih pakaian yang ingin mereka beli maupun yang mereka butuhkan.

Di pasar gombek harga setiap bajunya juga sangat terjangkau dan lebih murah dari pasar-pasar yang menjual baju bekas lainnya. Untuk baju yang tidak bermerk bisa dijual mulai harga Rp.10.000,- sampai Rp.50.000,- dengan kualitas yang bagus. Sedangkan baju yang ber merk bisa sekitar Rp.50.000,- sampai Rp.200.000,-. Dan ada juga baju yang diobral Rp.10.000,- dapat 3 baju dan ada juga yang dijual seharga Rp.5000,-/ baju dengan berbagai pilihan model. Namun kondisi baju yang yang diobral tersebut tidak lumayan bagus, kadang kancingnya hilang atau sobek. Banyak pengunjung yang tidak segan-segan merogoh kocek ratusan ribu untuk memborong beberapa potong pakaian bekas dengan merk terkenal. Merk-merk tersebut diantaranya adalah merk Levis, Wrangler, Ellesse, Puma, Burberrys, Nike, Polo, GAP, Edwin, Dickies, Adidas, Supreme, Stussy, dan beberapa merk lainnya.



Gambar 4.4 : Baju Yang Diobral

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Keadaan pasar gembek selalu ramai pembeli, bahkan peminat atau konsumen dari baju bekas tersebut selalu mengalami peningkatan. Sehingga mayoritas pedagang yang berjualan di pasar gembek hampir setiap hari berjualan, bahkan pada hari besar atau hari libur mereka tetap berjualan dan bisa buka lebih lama dari hari biasanya. Seperti salah satu ciri-ciri sektor informal yang dipaparkan oleh Wirosardjono (1991:50), yaitu pola kegiatan tidak tercakup baik dalam arti waktu, modal maupun penerimaan. Para pedagang tersebut tidak bisa memastikan setiap harinya mereka akan membuka dan menutup tokonya jam berapa dan tidak ada aturan mengenai hal tersebut. Mereka bisa buka lebih pagi dan tutupnya lebih sore pada saat hari libur atau hari besar. Yang biasanya berjualan mulai jam 08.00 WIB - jam 18.30 WIB, namun pada hari libur bisa buka jam 07.00 WIB - jam 19.00 WIB karena pengunjunnya yang semakin ramai. Apa lagi pada saat hari puasa, para pengunjun dari kota-kota lain pasti berbondong-bondong pergi ke pasar gembek untuk membeli baju bekas dengan kualitas yang bagus. Jika saat hari biasa para pedagang bisa memperoleh

keuntungan sekitar Rp. 85.000,-/harinya, maka saat hari-hari tersebut keuntungan para pedagang baju bekas bisa mencapai 2x lipat.

Keberadaan pasar pusat pakaian bekas yang berada di Desa Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur kini sudah lama diadakannya larangan mengenai jual beli baju bekas. Alasannya, baju-baju bekas tersebut mengandung bakteri bagi pembelinya. Para pembeli tidak mempedulikan kabar tersebut karena bagi mereka harga murah, model baju yang selalu baru, dan kualitas bahan menjadi alasan utama pembeli. Bagi para pembeli ancaman bakteri bisa diatasi dengan dicuci terlebih dahulu. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu pembeli yaitu NL, NL tidak khawatir terkena bakteri dari pakaian bekas yang baru dibelinya. Selama ini, ia sudah sering membeli pakaian bekas tetapi tidak mengganggu kesehatan. Para penjual pakaian bekas tersebut juga selalu memperhatikan kualitas baju yang mereka jual, ada beberapa toko yang menjual baju bekas dengan dicuci terlebih dahulu atau membuat baner yang berisi himbauan mengenai kebersihan baju.



Gambar 4.5 : Himbauan Menjaga Kebersihan Baju Bekas

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Selain itu dengan adanya toko yang menjual baju-baju baru dengan harga yang relatif murah, sehingga mereka harus memutar otak. Seperti yang dipaparkan oleh Purwanto (2012:16), bahwa:

“Strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan, penerapan, serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan

memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif, sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan prespektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi”.

Sehingga sesuai dengan teori tersebut, para pedagang baju bekas selalu memanfaatkan potensi yang mereka miliki atau kondisi lingkungan yang ada untuk melakukan berbagai cara atau strategi supaya barang dagangan yang mereka jual tetap laku sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang mereka inginkan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Hinkle diantara premis teori aksi (2005:21), bahwa:

1. Sebagai subjek manusia bertindak atau berperilaku untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Jadi apa yang dilakukan oleh manusia bukan tanpa tujuan. Seperti para pedagang baju bekas di sepanjang jalan raya Wonoasri, mereka tetap menekuni pekerjaan untuk meningkatkan penghasilan demi memenuhi kebutuhan sehingga mendapatkan kesejahteraan dalam hidupnya.
2. Dalam bertindak manusia menggunakan cara, teknik, prosedur, metode, serta perangkat yang dianggap cocok untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam meningkatkan pendapatan, para pedagang baju bekas menggunakan beberapa strategi untuk mencapai tujuan tersebut sehingga mereka masih bisa bertahan pada pekerjaannya.

Dari hal tersebutlah dapat diketahui bahwa para pedagang baju bekas tersebut melakukan berbagai macam usaha kesejahteraan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Karena selain memperhatikan kebutuhan pada diri sendiri, para pedagang juga memperhatikan kebutuhan oleh para konsumennya, seperti baju yang banyak atau sering dibutuhkan oleh para konsumennya. Sehingga hal tersebut dapat dikaitkan dengan teori yang dipaparkan oleh Adi (1994:6-10) bahwa karakteristik usaha kesejahteraan sosial adalah:

1. Menanggapi kebutuhan manusia.
2. Usaha kesejahteraan sosial diorganisir guna menanggapi kompleksitas masyarakat perkotaan yang modern.
3. Kesejahteraan sosial mengarah kespesialisasi, sehingga lembaga kesejahteraan sosialnya juga menjadi tersepesialisasi.
4. Usaha kesejahteraan sosial menjadi sangat luas.

Dengan adanya usaha kesejahteraan tersebut maka para pedagang baju bekas dan para konsumen akan mencapai hidup yang sejahtera. Karena para pedagang baju bekas melakukan usaha tersebut untuk meningkatkan pendapatan sehingga taraf hidup bagi dirinya sendiri maupun keluarganya dapat terpenuhi. Sedangkan para konsumen dalam membeli baju bekas adalah untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan dalam berpakaian atau menyesuaikan dirinya dengan lingkungan mereka. Sehingga mereka akan merasa sejahtera karena kebutuhan akan pakaian yang mereka inginkan dapat tercapai.

1.4. Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya

Bukan baru dua atau tiga tahun para penjual pakaian bekas di pasar gombek menjajakan barang dagangannya. Pengalaman yang mereka miliki kiranya mampu untuk melihat situasi pasar maupun lingkungan sekitarnya yang strategis sehingga bisa melancarkan usahanya. Karena derajat keterbukaan dari suatu sistem akan terkait dengan dua konsep krusial dalam teori sistem; entropi atau tendensi sistem untuk surut (*run down*) dan negentropi atau kecenderungan sistem untuk mengembang (*elaborate*) sistem (Bailey, 1990:32). Sehingga dengan adanya toko yang menjual baju baru dengan harga yang relatif murah disekitar pasar gombek tidak menjadi kendala bagi mereka, hal tersebut tidak membuat para pedagang baju bekas kehilangan pekerjaannya. Para pedagang tersebut tidak akan memilih sebagai pedagang baju bekas jika mereka tidak bisa melihat aspek pasarnya, mereka akan cenderung mengejar tujuan yang dapat memberikan umpan balik.

Pasar gombek merupakan pasar yang menjual baju bekas impor namun para pedagang disana tidak mengimpor langsung dari negara-negara lain, melainkan mereka *kulakan* atau mencari barang dagangannya dari kota-kota lain yang pemasokannya lebih banyak dengan tujuan menambah setiap model barang dagangan. Engels (1995:258), kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan dan ketersediaan produk tersebut setiap saat.

Pedagang baju bekas mampu bertahan dan berkembang karena dorongan dari pihak-pihak yang mampu meningkatkan usaha mereka. Seperti model baju ataupun merk baju yang banyak digemari oleh para konsumennya. Banyak model-model baju yang dijual di pasar gombek namun tidak semua baju dan merk baju yang disukai oleh pelanggannya. Minat seseorang dapat diketahui dari suatu pernyataan senang ataupun tidak senang terhadap obyek tertentu (Dewa Ketut Sukardi, 1994:83). Mereka pasti akan memilih baju yang lebih dapat menarik dirinya untuk bergaya sesuai dengan teman bermainnya dan merk yang dapat membuat mereka percaya diri. Karena seseorang yang menginginkan sesuatu atau membutuhkannya tidak semata-mata dari keinginan pribadinya, bisa juga dari dorongan luar yang sering mereka ikuti sehingga mereka tidak akan merasa percaya diri jika tidak mengikutinya. Seperti teori yang diungkapkan oleh Widyastutik, dkk (2004:47), faktor yang mempengaruhi minat seseorang:

1. Adanya hal yang menarik perhatian terhadap sesuatu obyek atau kegiatan.
2. Adanya dorongan dari dalam diri seseorang.
3. Adanya dorongan dari luar.

Sehingga model baju yang banyak digemari oleh para konsumennya pastinya yang paling terbaru dan model yang *kevintage-vintagean* sehingga akan terkesan unik karena tidak akan ada yang menyamai atau tidak akan diproduksi lagi. Karena suatu yang dibeli merupakan sebagai gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan dan sebagainya (Kellner dalam George Ritzer, 2004:139).

Dari hal tersebut para pedagang baju bekas bisa mendapatkan laba yang cukup tinggi. Karena mereka tidak akan menjual baju-baju bekas dengan harga yang sama, mereka akan membedakan setiap harga pada setiap bajunya apa lagi untuk baju yang peminatnya lebih banyak, seperti karena modelnya yang *uptodate* dan merknya yang terkenal. Hal tersebut sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Thamrin (2013:45), memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis penawaran dan harga pesaing, memilih suatu metode harga, dan memilih harga akhir.

Para pedagang tersebut berusaha semaksimal mungkin dengan memahami aspek yang dapat mereka lihat untuk mempertahankan pekerjaannya. Sehingga dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa aspek-aspek yang dapat mendasari pedagang baju bekas diantaranya adalah:

1. Perilaku konsumen

Dengan melihat dari perilaku konsumen di sekitar lingkungan pasar gombek khususnya para peminat baju bekas tersebut maka pedagang baju bekas akan mengetahui model baju seperti apa yang banyak digemari oleh mereka dan merk apa saja yang lagi musim. Dengan begitu minat konsumen akan semakin bertambah dan permintaan dari baju bekas tersebut juga akan semakin meningkat.

2. Model baju bekas yang unik

Baju-baju yang dijual di pasar gombek dapat dibilang baju *vintage* karena baju-baju tersebut merupakan baju model dulu yang sekarang kembali diminati oleh masyarakat sekitar dan baju tersebut tidak akan di produksi lagi. Sehingga kesannya baju tersebut lebih unik dari pada baju yang dijual di mall-mall karena tidak akan ada yang menyamai.

3. Masih mudah untuk *kulakan* baju bekas

Sampai saat ini para pedagang baju bekas masih bisa menambah barang dagangannya meskipun sudah adanya larangan mengenai perdagangan baju bekas. Mereka selalu mencari cara untuk memperoleh barang dagangan. Para pedagang baju bekas lebih sering mengambil baju bekas atau *kulakan* dari kota lain yang pemasokannya lebih banyak.

4. Mendapatkan Keuntungan

Dengan berjualan baju bekas, para pedagang bisa mendapatkan laba yang tinggi sehingga kebutuhan dalam hidup mereka akan terpenuhi. Para pedagang bisa mendapatkan laba tinggi karena peminat baju bekas semakin bertambah. Dan baju-baju tersebut mempunyai karakter yang berbeda-beda sehingga dari hal tersebut dapat menciptakan pendapatan yang tinggi.

Para pedagang baju bekas di pasar gombek harus mampu melihat aspek dari kebutuhan lingkungan sekitarnya, seperti baju bekas yang sering digunakan oleh para masyarakat sekitar. Baju bekas seperti apa yang sering dibutuhkan oleh mereka sehingga usaha untuk kesejahteraan para pedagang baju bekas dapat tercipta. Dari aspek-aspek tersebut secara detailnya akan diuraikan di bawah ini:

4.4.1 Perilaku Konsumen Baju Bekas

Barang-barang bekas khususnya baju bekas yang dijual di Pasar Gombek sangatlah diminati oleh para konsumennya, tidak hanya dari daerah Kediri saja yang sering membeli di pasar gombek. Tetapi banyak juga pengunjung yang membeli baju bekas dari Kota lain seperti Blitar, Tulungagung, dan Malang yang sengaja berkunjung untuk membeli pakaian bekas yang tersedia di pasar gombek. Pasar gombek ini ramai didatangi oleh pengunjung pada saat hari libur dari pada hari-hari biasa. Toko-toko disana tidak hanya menjual pakaian bekas, ada juga yang menjual topi bekas, tas bekas, celana jeans bekas, jaket bekas, slimut bekas, jas dan kemeja bekas, korden bekas, dan dasi bekas.

Saat ini pengaruh-pengaruh budaya luar mudah masuk dan ikut mewarnai kehidupan individu. Seseorang dapat memperoleh berbagai informasi tanpa susah payah, misalnya melalui media audio, visual, dan audio-visual. Sadar atau tidak sadar, individu mentransfer informasi-informasi tersebut, sehingga tidak sedikit dari individu menjadi terpengaruh. Pengaruh media lain juga besar dampaknya pada kehidupan seseorang. Misalnya saja pengaruh film, melalui gambar dan suara, film mampu mendorong seseorang menjadi tertarik untuk mengikut gaya berpakaian dan bertingkah laku seperti difilm tersebut. Seseorang yang tidak mempunyai pendirian pasti akan selalu mengikuti gaya seorang model film pakaian. Seperti yang dipaparkan oleh Peter dan Olson (1999:38), bahwa:

- a. Perilaku konsumen itu dinamis karena pikiran, perasaan, dan tingkah laku individu, kelompok konsumen dan lingkungan sosial akan selalu berubah.

- b. Perilaku konsumen dipengaruhi pikiran antar manusia, perasaan, dan tingkah laku beserta lingkungannya.
- c. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh perubahan-perubahan diantara manusia.

Dengan begitu individu akan selalu mencari cara agar mereka bisa mengikuti gaya seorang model difilm. Semua lapisan kalangan dapat terpengaruh oleh halhal seperti itu, termasuk golongan remaja dan orang-orang yang lebih mementingkan *style*. Mereka mengalami gejala-gejala yang berlebihan contohnya individu selalu ingin memiliki barang tertentu atau menggunakan produk tertentu untuk suatu keperluan. Individu tersebut akan merasa tidak modern atau merasa ketinggalan zaman bila tidak memiliki barang atau barang yang mencirikan hal yang modern menurut orang lain atau menurut dirinya sendiri. Seperti halnya pemaparan dari R:

“Saya ya mbak kalau gak pakek baju sesuai model yang lagi musim ngerasa gak pede hehe.. Soalnya kan temenku juga banyak yang pakek baju model-model mbak. Jadi ya saya sering beli baju bekas ini, soalnya kan harganya murah udah dapet baju merk kayak merk zara gitu selain itu saya juga bisa memiliki berbagai model baju yang lagi musim”.

Jadi dari pemaparan R, orang yang dirangsang untuk berpacu dengan orang lain dalam hal pemilikan barang, sehingga orang mudah kehilangan kepercayaan diri, menjadi kecewa kepada diri sendiri akhirnya tidak mempunyai nilai harga diri pada diri individu dan akan merasa kalah, tidak berharga dalam hal pemakaian barang untuk diri individu tersebut. Seberti halnya informan R yang membeli baju di pasar Gombek. Karena disana terdapat banyak model dan merk baju yang menurutnya dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang dan supaya dapat dipandang oleh orang lain seperti memiliki harga diri yang tinggi. Karena orang lain hanya bisa memandang seseorang dari pakaian yang dikenakan yang mempunyai merk yang terkenal meskipun barang tersebut hanyalah baju bekas yang orang lain tidak akan tahu bahwa barang tersebut adalah baju bekas yang di beli di pasar gombek. Kebutuhan individu sebagai pendorong untuk membeli pakaian bekas tersebut dapat dikatakan sebagai meningkatkan kepercayaan diri sehingga para konsumen

membutuhkan pedagang baju bekas untuk membangkitkan rasa percaya diri mereka. Dan para pedagang baju bekas juga membutuhkan para konsumen untuk meningkatkan pendapatan mereka. Dapat dikatakan jika para konsumen dan pedagang baju bekas saling berhubungan. Seperti teori sistem yang dijelaskan oleh Parsons (2003:124), “sistem sosial terdiri dari sejumlah aktor-aktor individual yang saling berinteraksi dalam situasi yang sekurang-kurangnya mempunyai aspek lingkungan atau fisik, aktor-aktor yang mempunyai motivasi dalam arti mempunyai kecenderungan untuk mengoptimalkan kepuasan, yang hubungannya dengan situasi mereka didefinisikan dan dimediasi dalam term sistem simbol bersama yang terstruktur secara kultural”.

Dalam bertindak seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, seperti keluarga ataupun dari teman bergaulnya. Seperti yang dipaparkan oleh informan G:

“Saya udah lama mbak beli baju bekas di pasar Gombek ini. Awalnya dulu sih cuma ikut-ikutan temen dan aku cuma liat-liat aja. Lama-lama jadi ikut beli deh mbak hehe soalnya temenku itu bajunya bagus-bagus kalau dipakai juga bagus. Lumayankan mbak biarpun bekas tapi masih keliatan bagus dan kadang juga ada baju yang masih ada lebelnya itu, harganya juga murah mbak dari pada beli di mall hayo gak bisa milih macem-macem model hehe... Yang penting pinter milih mbak hehe..”

Dari pemaparan informan G dapat diketahui bahwa seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan yaitu teman bergaulnya. Selain itu karena baju bekas yang dijual di pasar gombek mampu menarik minat mereka. Karena baju bekas yang dijual disana merupakan baju bekas yang modelnya tidak ketinggalan zaman, modelnya selalu baru seperti model-model baju yang lagi musim. Selain itu juga baju bekas yang dijual masih ada bandrol seperti baju baru yang beli di toko-toko atau mall, sehingga bukan bekas karena sudah dipakai orang lain melainkan bekas karena sudah lama tidak laku saat dijual di mall. Harga baju bekas yang dijual di pasar gombek juga sangat murah untuk baju yang bermerk biasa. Sehingga untuk kalangan remaja tidak berpikir panjang untuk membeli baju bekas namun kualitas dan modelnya masih bagus dengan harga yang murah. Bagi mereka baju bekas tidak akan

terlihat oleh orang lain saat dikenakan, yang terpenting mereka dapat mengenakan pakaian yang bermodel dan bermerk. Seperti yang dipaparkan oleh informan L:

“Menurut aku ya mbak merk baju itu lebih penting hehe soalnya temenku banyak yang pakek baju merk-merk mbak. Di pasar gombek ini banyak baju yang bermerk kayak merk Dickies itu mbak kan merknya terkenal untuk anak remaja. Kalau udah pakek baju merk itu ya mbak pasti dikira harganya mahal hehe padahal kalau beli di pasar gombek gak sampek Rp.100.000,- sedangkan kalau beli di distro-distro gitu pasti harganya Rp.200.000,- an. Kan sayang uangnya ya mbak, mending beli di sini dapet banyak hehe..”

Merk dari baju yang dikenakan oleh seseorang dapat menjadi daya tarik tersendiri. Bagi konsumen L merk baju sangat penting dari pada kebersihan atau dimana baju itu dibeli. Dia tidak merasakan gengsi atau malu saat membeli baju dipasar gombek, yang terpenting baginya bisa megenakan baju yang bermerk. Adapun pemaparan dari informan N:

“Baju bekas di pasar gombek gak selalu mengandung bakteri kok mbak, yang penting kitanya harus mencuci baju itu sampai bersih sebelum dipakek. Aku beli baju disini awalnya sih gak dipakai sendiri mbak tapi buat dijual lagi soalnya kan belinya gak mahal tapi bisa dijual mahal kalau udah keliatan rapi hehe tapi lama-lama kok ya pengen makek soalnya modelnya beda dari yang lain dan pasti gak ada yang ngembarin. Baju yang djual dipasar gombek ini modelnya banyak mbak jadi aku seneng beli disini dari pada di tempat-tempat lainnya”.

Adanya larangan mengenai menjual baju bekas karena banyak mengandung bakteri tidak membuat para konsumen takut, karena bagi mereka mencuci baju-baju bekas tersebut sebelum memakainya sudah tidak menimbulkan masalah. adapun informan yang membeli baju di pasar gombek karena pengaruh daari lingkungan sekitar seperti teman bergaul mereka yang senang mengoleksi baju bekas sehingga mereka tertarik untuk ikut membeli dan mengenakan baju bekas tersebut. Seperti teori yang diungkapkan oleh Peter dan Olson (1999), bahwa “Perilaku konsumen dipengaruhi pikiran antar manusia, perasaan, dan tiggah laku beserta lingkungannya”. Karena konsumen tersebut membeli baju bekas bukan karena kebutuhan atau kenginnya dari diri mereka sendiri, melainkan dari melihat temannya yang mereka

anggap lebih menarik dan lebih gaul saat mengenakan baju bekas yang bermerk. Pakaian bekas yang dijual di pasar gombek memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat atau konsumen yang membeli pakaian bekas disana yaitu selain memiliki kualitas yang baik juga harga yang relatif murah. Umumnya pakaian bekas yang dijual dipasar gombek memiliki merk-merk yang sudah diakui kualitasnya dan dengan model yang tidak ketinggalan zaman sehingga para konsumen tersebut lebih senang membeli baju bekas yang ada di pasar gombek daripada membeli baju baru yang ada di toko atau di mall dengan merk yang sama namun bisa mendapatkan harga yang terjangkau di pasar gombek. Mereka juga beranggapan bahwa pakaian bekas yang dijual di pasar gombek tidak semuanya bekas orang lain tetapi ada juga barang yang cacat dari pabrik yang sudah lama ditimbun lalu dijual lagi di pasar gombek karena ada baju tersebut masih ada bandrolnya. Seperti halnya teori yang dipaparkan oleh Swastha dan Handoko (2000:10) bahwa “perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu”.

Baju-baju bekas dipasar gombek juga memiliki kualitas yang masih bagus, asalkan para konsumen pandai memilih baju bekas tersebut. Selain itu model baju yang dijual disana juga selalu mengikuti trend yang ada atau mode saat ini dan baju yang dijual disana hanya satu model sehingga tidak akan ada barang yang sama saat dikenakan oleh para konsumen. Sehingga mereka lebih memilih membeli baju bekas di pasar gombek daripada di toko yang menjual baju baru karena dengan uang yang tidak banyak pasti tidak akan mendapatkan baju yang bermerk. Dan para konsumen tersebut bisa tetap mengikuti model baju yang lagi musim meskipun hanya membeli bajudipasar gombek, bagi mereka membeli baju dipasar gombek sama halnya dengan membeli baju di butik karena tidak ada pilihan lainnya dan tidak akan ada yang menyamai. Namun harga baju disana tetap terjangkau apalagi untuk kalangan remaja yang membeli baju bukan karena kebutuhan dari baju tersebut melainkan karena

memenuhi keinginan mereka sendiri supaya mereka terlihat selalu mengikuti model baju setiap saat. Seperti teori yang dipaparkan oleh Menurut Solomon (2000:81), perilaku konsumen adalah “studi yang meliputi proses ketika individu atau kelompok tertentu membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat”.

4.4.2 Model Baju bekas Yang Unik

Barang yang dijual dipasar gombek bervariasi mulai dari pakaian bekas dan perlengkapan rumah seperti korden bekas dan sprei bekas. Barang yang dijual disanapun tidak semuanya bekas, masih ada barang yang baru namun sudah lama ditimbun di toko yang menjual baju baru sehingga terlihat seperti barang bekas. Barang-barang bekas tersebut merupakan barang *vintage*. Yang kini sudah tidak ditemukan lagi pada pusat-pusat penjualan pakaian seperti di *departement store* maupun mall. Faktor keunikan sendiri fokus pada kemauan dan keinginan konsumen sehingga mereka dapat membedakan produk yang ditawarkan oleh para pesaing. Baju bekas tersebut dibeli oleh para konsumen dengan tujuan untuk menunjang *fashion* mereka. Seperti yang diungkapkan oleh informan SL:

“Model-model baju disini gak semuanya modle lama mbak, malah banyak yang baru-baru lo. Modelnya itu kayak model baju dulu tapi musim lagi sekarang jadi ya bisa dibilang baju bekas yang selalu mengikuti *tren* yang lagi musim hehe..”

Hal tersebut juga dibenarkan oleh informan N:

“Biasanya saya suka beli emm.. baju-baju kayak kemeja sama rok-rok gitu mbak. Soalnya modelnya itu model-model *vintage* jadi kesannya model lama tapi sekarang yang lagi musim. Kan saya bisa tetap *eksis* mbak sama baju yang saya beli di pasar gombek hehe..”

Menurut Kolter dan Armstrong (2002) produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Kebanyakan kaum perempuan mencari produk atau barang di pasar gombek berdasarkan kesukaan

maupun ketertarikan mereka terhadap suatu barang bekas. Seperti yang diungkapkan oleh informan N, dia lebih suka membeli kemeja dan rok karena modelnya yang terlihat *vintage*.

Para konsumen pastinya akan lebih memilih model baju yang terlihat bagus dan tidak ketinggalan jaman. Sehingga para pedagang baju bekas disana selalu berusaha sebisa mungkin untuk menyediakan baju-baju dengan model yang terbaru. Dengan adanya barang-barang dengan model *vintage* yang dijual di pasar gombek sehingga menjadikan keunikan tersendiri untuk menarik minat para pembeli. Seperti yang disampaikan oleh informan R:

“Yang menjadi keunikan dari pasar gombek itu ya karena disana menjual baju-baju *vintage* yang unik dan murah mbak. saya udah sering beli baju disini mbak, bajunya itu tidak akan yang menyamai karenakan ya udah gak ada yang produksi lagi mbak hehe jadi kesannya lebih unik dari yang lain”.

Gaya *vintage* yang berasal dari era lama ini kini muncul kembali dan menjadi tren dikalangan selebritis dan remaja yang lebih suka dengan model-model kuno yang unik dengan desain kreasi model masa kini. Pasar gombek menjadi satu tempat dimana para penggemar fashion dengan gaya unik dapat menemukan barang-barang yang berkualitas bagus dan mereka inginkan. Ditambah lagi barang-barang yang mereka cari tersebut dijual dengan harga yang murah dengan merk ternama. Meskipun di mall-mall dan *department store* sudah banyak barang yang dijual dengan berbagai model namun tetap saja ada hal yang berbeda dan keunikan tersendiri yang ditawarkan dari barang yang dijual di pasar gombek. Seperti yang diungkapkan oleh informan G:

“Ada beberapa baju yang Cuma bisa ditemui di pasar gombek mbak. Kalau di mall gitu-gitu sih menurut saya ada yang beda dari segi model dan harga pastinya ya hehe..”

Tidak semua barang-barang yang dijual di mall atau *department store* memiliki gaya yang unik dan menarik sehingga tidak sama dengan barang yang dijual di pasar gombek. Ada beberapa jenis barang yang hanya bisa dijumpai di pasar

gombek. Pasar gombek kini juga bisa menjadi sebuah wadah bagi para penikmat fashion yang ingin tampil dengan gaya yang mereka inginkan dan membuat diri mereka menjadi lebih percaya diri ataupun nyaman. Barang yang dijual dipasar gombek selalu memiliki jumlah yang minim karena tidak akan diproduksi lagi sehingga dari hal tersebut baju yang dijual dipasar gombek dapat terlihat unik. Kebanyakan para anak muda ketika membeli baju di pasar gombek yang dilihat adalah model, merk, dan kualitas baju yang dijual oleh para pedagang tersebut. Seperti teori yang dipaparkan oleh Pintrinch dan Schunk (1996:322) menjadi minat menjadi tiga, yaitu minat pribadi, minat situasi, dan minat ciri psikologis. Seseorang yang membeli baju bekas di pasar gombek tidak hanya memiliki minat atau dorongan untuk membeli baju bekas dari dirinya sendiri namun dapat juga dari situasi yang ada seperti model baju yang selalu berubah sehingga diri mereka menginginkan untuk selalu mengikuti *trens* tersebut. Sedangkan minat dalam ciri psikologis dapat dirasakan dari dorongan lingkungan seperti teman bermainnya, seseorang akan mengikuti gaya orang lain yang menurut mereka hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pada diri seseorang. Sehingga semakin unik baju yang dijual dengan berbagai merk yang ada maka barang itu akan laris karena banyak yang memburunya.

Minat konsumen pada barang yang diperjual belikan di pasar gombek dipengaruhi oleh jenis produk yang dijual. Sebagian besar jenis barang yang dijual di pasar gombek merupakan barang *fashion* dengan berbagai model baju. Selain model baju yang dijual, kualitas baju bekas juga mempengaruhi minat konsumen. Kualitas barang yang dijual di pasar gombek memiliki kualitas yang masih bagus sehingga para konsumen menyukainya. Selain itu, keunikan yang juga mempengaruhi minat konsumen. Baju bekas yang dijual di pasar gombek memiliki keunikan tersendiri, yaitu adanya berbagai model baju bekas yang sudah tidak akan diproduksi lagi dan mungkin tidak akan dapat dijumpai pada tempat penjualan lainnya. Sehingga tidak akan ada konsumen yang memiliki baju dengan model yang sama. Banyaknya barang yang dijual di pasar gombek memiliki model *vintage*. Sehingga ke-*vintage*-an yang dijual sudah seperti menjadi ciri khas dari model baju yang dijual di pasar gombek.

Dari situlah perminat baju bekas akan semakin meningkat sehingga para pedagang baju bekas tetap bisa bertahan pada pekerjaannya untuk tetap memproduksi baju bekas yang selalu dibutuhkan oleh para konsumen maupun pelanggan.

4.4.3 Masih Mudahnya Untuk *Kulakan* Baju Bekas

Dalam beberapatahun belakangan ini fenomena penjualan baju bekas semakin ramai dan sering dilakukan oleh orang-orang yang tidak mendapatkan pekerjaan di sektor informal. Meskipun sudah adanya larangan untuk menjual barang-barang dalam keadaan bekas sehingga yang diperbolehkan hanyalah barang dalam keadaan baru. Namun para pedagang baju bekas tersebut masih saja berjualan karena mereka masih bisa *kulakan* atau menambah barang dagangan baju bekas yang sudah tidak diperbolehkan lagi untuk dijual. Seperti pemaparan dari informan SL:

“Aku kulakan klambine di kuto-kuto liyo mbak gak langsung ekspor ngono. Paling aku jupuk di Blitar karo Suroboyo soalekan dikono stok e sek akeh”.

“Aku kulakan baju di kota-kota lain mbak gak langsung ekspor gitu. Mungkin aku ambil di Blitar sama Surabaya soalnya di sana stok baju bekasnya masih banyak”.

Sampai saat ini para pedagang baju bekas tersebut masih bisa melakukan aktifitasnya sebagai pedagang baju bekas karena mereka masih bisa menyetok barang dagangan dengan mengambil dari kota-kota lain yang pemasokannya lebih banyak. Dengan begitu para pedagang baju bekas tidak perlu khawatir untuk *kulakan* atau menambah model-model baju bekas. Seperti pemaparan oleh informan SY:

“Aku awale wedi mbak pas enek aturan lak gaoleh ngedol klambi bekas neh, ate kulaan klambi bekas di ndi maneh misal gaenek stok e. Tapi sampek saiki aku yo sek iso kulakan mbak, jupuk soko kuto-kuto liyo”.

“Aku awalnya takut mbak waktu ada aturan kalo tidak boleh menjual baju bekas lagi, mau kulakan baju bekas di mana lagi kalo gak ada stoknya. Tapi sampai sekarang aku ya masih bisa kulakan mbak, ambil dari kota-kota lain”.

Perdagangan baju bekas tersebut masih berjalan lancar karena masih adanya stok baju bekas untuk dijual dan masih adanya baju-baju bekas yang bisa dikulak. Para pedagang baju bekas akan selalu melakukan berbagai cara untuk dapat mempertahankan pekerjaannya meskipun mereka harus pergi ke Kota lain untuk mencari atau membeli barang dagangan yang akan dijual lagi. Seperti yang diungkapkan oleh informan AM:

“Aku sering mbak kalau harus bolak-balik keluar Kota untuk cari baju bekas yang mau saja jual lagi. Kalau saya yang langsung pergi itu pasti akan dapat barang-barang yang bagus mbak dari pada saya pesan lalu dikirim. Saya lebih suka langsung pergi ke toko yang menjual stok baju bekas yang masih banyak itu mbak, misalnya ke Blitar. Nantikan saya juga akan tau model baju bekas sama merk baju yang lagi buming atau yang lagi banyak diminati sama konsumennya.”

Para pedagang baju bekas tersebut tidak segan-segan untuk pergi langsung ke Kota yang menjual baju bekas dengan jumlah banyak. Mereka beranggapan jika pergi kesana langsung akan mendapatkan model baju bekas yang baru-baru dan masih berkualitas pastinya. Mereka juga akan mengetahui model dan merk baju seperti apa yang lagi musim karena para pedagang pasti akan lebih mengetahui model yang banyak digemari oleh konsumennya. Seperti yang sudah dipaparkan oleh informan AM di atas, beliau lebih senang pergi langsung atau *kulakan* sendiri dengan datang ke toko yang masih mempunyai stok baju bekas yang banyak. Menurutnya, beliau akan mendapatkan baju yang masih memiliki kualitas bagus daripada pesan lalu dikirim karena tidak bisa memilih dengan sendirinya.

Para pedagang baju bekas pasti juga akan berlomba-lomba untuk memburu baju-baju yang memiliki model dan merk terbaru. Tujuan mereka adalah untuk melancarkan perdagangan yang mereka lakukan. Para konsumen pastinya akan lebih memilih baju yang memiliki model dan merk terbaru. Sehingga para pedagang baju bekas juga harus pintar saat memilih baju yang akan dijual kembali. Informan KM memaparkan:

“Aku mesti kulakan klambi di Blitar karo Malang mbak, soale dikono model-model klambine mesti apik-apik. Akeh klambi-klambi merk sen di dol bal-balan”.

“Aku selalu kulakan baju di Blitar sama Malang mbak, soalnya disana model-model baju yang dijual selalu bagus-bagus.banyak baju-baju merk yang dijual disana”.

Para pedagang tersebut tidak sembarangan saat kulakan baju bekas yang akan dijual lagi. Mereka selalu memilih dimana harus kulakan baju bekas. Karena menurut mereka tidak semua pedagang baju tersebut menjual baju yang kualitas dan dengan cara yang sama. Para pedagang baju bekas tetap bisa bertahan pada pekerjaannya meskipun sudah ada larangan mengenai berjualan baju bekas. Merke basih bisa mendapatkan stok baju bekas yang akan dijual lagi dengan kulakan di kota-kota lain yang pemasokannya lebih banyak.

4.4.4 Mendapatkan Keuntungan

Untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi tidak perlu dengan menjual barang-barang yang mewah atau barang-barang dengan keadaan baru. Sudah banyak toko-toko yang menjual baju-baju bekas. Baju bekas atau biasa yang dikenal dengan baju ex import tidak semua bekas. Baju-baju tersebut ada yang bekas display manekin atau sisa cuci gudang dari toko-toko yang menjual baju baru. Saat ini sudah banyak toko-toko yang menjual baju bekas, salah satunya di pasar gombek. Banyak para masyarakat yang lebih memilih untuk membeli baju bekas di pasar gombek dari pada membeli baju di toko yang menjual baju-baju baru. Karena harga baju bekas tersebut sudah pasti murah, sedangkan kualitasnya tidak kalah dengan baju-baju yang dijual di mall-mall atau butik. Dan banyak juga baju bekas yang dijual dengan berbagai merk terkenal. Sehingga dari penjualan baju bekas tersebut pastinya akan mendapatkan untung yang lumayan tinggi karena peminat baju bekas tersebut selalu mengalami peningkatan. Seperti pemaparan dari informan SL:

“Roto-roto setiap pelanggan mesti tuku klambi luwih teko siji mbak seng digawe dewe. Seng tuku terus didol maneh pastine ya luwih akeh mbak, iso-iso tuku sampek 40 an klambi”.

“Rata-rata setiap pelanggan selalu membeli baju lebih dari satu mbak yang dipakai sendiri. Sedangkan untuk dijual lagi pastinya ya lebih banyak mbak, bisa-bisa sampai 40 an baju”.

Dari penjelasan SL dapat diketahui bahwa setiap harinya mereka bisa mendapatkan untung yang lumayan banyak karena bisa menjual baju dalam jumlah banyak. Berbeda dengan toko yang menjual baju baru pasti dengan modal yang lumayan banyak namun setiap harinya belum tentu bisa menjual baju dalam jumlah banyak. Para pedagang baju bekas tersebut kulakan baju bekas dengan harga 2 juta sampai 5 juta per bal, pastinya dengan kualitas yang berbeda-beda. Para pedagang baju bekas selalu membagi baju bekas dalam tiga bagian sesuai dengan karakter yang sudah di tentukan. Yaitu dengan karakter baju bekas dengan kualitas tinggi, sedang, dan rendah. Kualitas tinggi yang berarti baju bekas tersebut dapat dijual dengan harga yang mahal karena kualitasnya masih bagus. Kualitas sedang adalah pakaian yang sudah cacat namun masih bisa diperbaiki dan dijual dengan harga sesuai pasarannya. Dan untuk barang kualitas rendah, dapat dijual dengan cara diobral. Dengan cara seperti itu para pedagang baju bekas bisa mendapatkan keuntungan yang tinggi. Seperti pemaparan dari informan SY:

“Aku ngedol klambi ben oleh untung akeh gak sembarang ngedol mbak, klambi kui mesti tak pilah-pilah sesuai karo kondisine ben oleh untung akeh”.

“Aku jual baju supaya dapat untung banya gak sembarang jual mbak, baju itu selalu aku pilah-pilah sesuai dengan kondisinya supaya dapat untung banyak”.

Sehingga para pedagang baju bekas harus pintar-pintar untung mengolah bajubekas yang sudah mereka beli untuk dijual lagi sesuai dengan kondiri baju tersebut. Salah satu yang membuat pengunjung tertarik adalah dengan harga baju yang murah. Sehingga para pedagang baju bekas tersebut tidak menyama ratakan harga setiap baju bekas yang mereka jual. Mereka menjual sesuai dengan kualitas dan merknya. Untuk baju yang ber merk pastinya dijual dengan harga yang mahal untuk mendapatkan untung yang tinggi dan untuk baju yang lainnya akan diobral dengan harga yang murah, paling tidak bisa mengembalikan modal.

Dari penjualan baju bekas tersebut tentukan akan menguntungkan berbagai pihak. Para konsumen pastikan akan merasa untung karena mereka bisa membeli baju bekas dengan berbagai pilihan model yang masih memiliki kualitas bagus dan dengan harga yang murah. Sedangkan untuk para pedagang mereka bisa merasakan untung yang lumayan besar dari penjualan baju bekas tersebut. Dengan modal yang tidak banyak namun bisa mendapatkan untung yang tinggi karena mereka menjual dengan berbagai cara yang sudah dilakukan. Hampir setiap hari para pedagang baju bekas yang ada di pasar gombek berjualan baju bekas. Untuk hari libur mereka bisa berjualan lebih lama karena pada hari tersebut mereka bisa mendapatkan untung yang lumayan banyak. Misalnya saat hari biasa mereka yang mendapatkan untung mulai dari Rp.70.000,- sampai Rp.100.000,- maka untuk hari libur mereka bisa mendapatkan untung dua sampai tiga kali lipatnya karena pengunjung ataupun konsumen bertambah banyak.

4.5 Strategi Pedagang Baju Bekas

Seperti yang telah disebutkan ditinjauan pustaka bahwa usaha kesejahteraan sosial sebagai suatu upaya, program, dan kegiatan yang ditujukan untuk mewujudkan, membina, memelihara, memulihkan dan mengembangkan kesejahteraan sosial dalam berbagai keadaan. Sumarnonugroho (1984:34), Usaha kesejahteraan sosial mengacu pada program, pelayanan, dan berbagai kegiatan yang secara konkret berusaha menjawab kebutuhan maupun masalah-masalah yang dihadapi anggota masyarakat.

Berkaitan dengan konsep di atas, pekerjaan sebagai pedagang baju bekas disepanjang jalan raya Wonoasri mereka jalani karena sulitnya menghadapi kondisi dimana mereka harus bisa menghasilkan pendapatan dan meningkatkan pendapatan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Hinkle (dalam Setia, 2005:24), karakteristik unit tindakan sosial dengan karakteristik sebagai berikut:

“(a) Adanya individu dengan aktor, (b) Aktor dipandang sebagai pemburu tujuan-tujuan tertentu, (c) Aktor mempunyai alternatif cara, alat serta teknik untuk mencapai tujuannya, (d) Aktor berhadapan dengan sejumlah kondisi situasional yang dapat membatasi

tindakannya dalam mencapai tujuan. Kendala tersebut berupa situasi dan kondisi, sebagian ada yang tidak dapat dikendalikan oleh individu, (e) Aktor berada dibawah kendala dari nilai-nilai, norma-norma dan berbagai ide abstrak yang mempengaruhinya dalam memilih dan menentukan tujuan serta tindakan alternatif untuk mencapai tujuan”.

Kondisi yang seperti ini dialami pada saat banyaknya toko-toko yang menjual baju baru dengan harga yang relatif murah sehingga para pedagang baju bekas harus memutar otak mereka agar dagangan yang mereka jual tetap mengalami *survive* atau banyak peminatnya. Seperti halnya teori yang dijelaskan oleh Karl Popper (dalam Jhon Scott 2012:242), “para aktor membuat keputusan mereka secara rasional dalam hubungannya dengan logika situasi tertentu”. Oleh karena itu dalam menjalankan suatu usaha terdapat banyak tantangan yang harus mereka lewati dengan menggunakan berbagai strategi.

Dalam menjual baju bekas para pedagang tidak menyamaratakan setiap harganya. Pedagang di pasar gombek selalu memilah setiap model baju, merk baju, dan baju yang paling diminati oleh pelanggan. Hal tersebut selalu dilakukan oleh para pedagang karena dalam pembelian baju mereka selalu membeli dalam keadaan bal-balan sehingga mereka tidak akan mengerti bagaimana model dan merk apa saja yang ada di dalam. Dalam memilah setiap harga tersebut juga dibagi dalam tiga karakteristik dalam menjualnya, yaitu baju yang akan dijual secara ecer, obral, dan kualitas tinggi dengan harga yang paling tinggi. Hal tersebut selalu dilakukan oleh para pedagang karena mereka tidak mau rugi saat menjual baju bekas.

Di pasar gombek para pedagang baju bekas membuka tokonya setiap hari. Namun dalam jam membuka tokonya mereka tidak sama, karena ada hari-hari tertentu dimana pasar tersebut akan ramai pengunjung. Sehingga jam kerja mereka tidak teratur, mereka bisa membuka toko kapan saja mereka mau. Pola kegiatan tidak tercakup baik dalam arti waktu, modal maupun penerimaan (Wirosarjono, 1991:50). Biasanya pada hari libur ataupun hari besar pasar gombek selalu padat. Di karenakan mereka yang libur sekolah ataupun libur kerja dan ingin mencapai kebutuhan yang mereka inginkan. Sehingga pada hari-hari tersebut para pedagang akan selalu

menyetok barang dagangan dengan model-model baru dan memberi display pada setiap gantungan. Hal tersebut dilakukan oleh para pedagang dengan tujuan menarik minat para pembeli baju bekas. Setiap ada model baju baru para pedagang pasti akan *uptodate* karena konsumennya mengerti model yang sedang banyak diincar oleh konsumen lain. Sehingga mereka akan saling memburu model dan merk baju yang sedang *uptodate* tersebut.

Karena adanya persaingan antara pedagang baju baru dengan pedagang baju bekas sehingga mereka selalu berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan usahanya. Usaha-usaha kesejahteraan sosial adalah semua upaya, program, dan kegiatan yang ditujukan untuk mewujudkan, membina, memelihara, memulihkan dan mengembangkan kesejahteraan sosial (Undang-Undang Republik Indonesia No.6 Tahun 1974). Para pedagang baju bekas tersebut juga mencari tempat yang strategis sehingga dapat dilihat oleh banyak orang. Mayoritas para pedagang baju bekas di sana sudah menyewa toko untuk mereka berjualan, ada juga pedagang yang berjualan di depan rumah mereka dengan memanfaatkan lahan yang ada dan membuat gubuk-gubuk kecil. Sehingga dari fenomena mengenai pedagang baju bekas diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai strategi-strategi yang dilakukan, diantaranya:

1. Kemampuan memilah harga barang dagangan untuk menentukan pendapatan tinggi

Hal tersebut terlihat ketika para pedagang baju bekas tidak langsung menjual baju-baju bekas yang belum disortir menurut karakteristiknya. Mereka selalu memilah model baju, warna, kualitas, dan merknya untuk menentukan harga setiap baju tersebut. Sehingga dengan begitu mereka bisa mendapatkan untung yang lumayan tinggi dari baju yang model dan kualitasnya masih bagus, selain itu dari merk baju yang banyak digemari oleh para konsumen karena harganya pasti bisa 3x lipat dari baju merk biasa.

2. Selektif dalam memilah waktu berjualan

Para pedagang baju bekas setiap hari membuka tokonya, namun mereka menentukan jam-jam tertentu yang kiranya para konsumen akan datang.

Misalnya pada hari biasa mereka sering buka lebih siang karena pelanggannya kebanyakan anak sekolah dan orang kantoran. Sedangkan pada hari libur mereka akan buka lebih pagi karena lebih banyak pelanggan yang sedang libur akan berkunjung kesana.

3. Menambah barang dagangan

Model baju bekas tidak selalu sama pada setiap minggunya atau setiap adanya model-model baru. Pedagang baju bekas harus lebih mengerti mengenai model baju dan merk baju yang banyak digemari oleh konsumennya. Sehingga mereka akan selalu menambah barang dagangannya saat ada model-model baru sehingga terkesan selalu *uptodate*.

4. Mencari tempat berdagang yang strategis

Pasar gombek merupakan tempat berdagang baju bekas yang strategis karena sudah banyak orang yang mengenal pasar tersebut. Namun para pedagang harus lebih pintar saat mencari toko disekitar pasar gombek yang dapat dilihat oleh banyak orang.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan (Purwanto, 2012:12). Sehingga dalam melakukan kegiatan perdagangan memerlukan strategi, karena strategi mempunyai peran penting dalam lancar tidaknya perdagangan tersebut. Strategi merupakan alternatif metode yang dapat dilakukan dan akan berfungsi sebagai petunjuk untuk menentukan prioritas kerja dalam perdagangan. Seperti usaha pada sektor informal yang ada di pasar gombek. Dengan strategi tersebut, usaha yang mereka jalankan akan lebih berkembang dan pendapatannya akan meningkat. Strategi-strategi tersebut akan lebih dijelaskan pada pembahasan di bawah ini:

4.5.1 Kemampuan Memilah Harga Baju Bekas Untuk Menciptakan Pendapatan Tinggi

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pedagang baju bekas untuk meningkatkan pendapatan dengan memilah setiap harga baju yang akan dijual. Harga yang ditentukan pada setiap barang yang dijual akan mempengaruhi pendapatan pada

perdagangan dan pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat laba. Adanya macam-macam model barang dagangan dan harga barang dagangan yang pedagang tawarkan menjadi daya tarik tersendiri untuk para konsumennya, karena setiap konsumen memiliki pemikiran tersendiri mengenai harga barang yang ingin mereka beli atau mereka pakai. Jika para pedagang memilah setiap harga barang dagangan yang mereka jual maka akan lebih memudahkan para pembeli yang ingin memilih baju sesuai dengan harga yang mereka inginkan dan tidak perlu menanyakan mengenai harga pada pedagang. Pedagang di lokasi jalan raya Wonoasri mayoritas menjual baju bekas. Pedagang baju bekas yang ada di pasar gombek tersebut termasuk kedalam pedagang partai besar seperti yang dipaparkan oleh Damsar (1997:106) mengenai perbedaan pedagang menurut jalur distribusi barang yang dilakukan. Karena kebanyakan para pedagang di pasar gombek tersebut mengambil atau *kulakan* barang yang akan dijual dalam bentuk bal atau karung sehingga dalam jumlah yang lumayan banyak dengan maksud untuk dijual lagi kepada pedagang lainnya yang biasanya mengambil secara borongan. Ada juga yang membeli secara ecer, sehingga sebelum dijual selalu disortir agar dapat membedakan mana pakaian yang akan di jual dengan harga murah dan mana yang akan dijual dengan harga yang lebih tinggi. Selain itu, para pedagang disana juga selalu memilah harga setiap baju yang akan dijual sesuai dengan jenis dan bahannya yang bertujuan untuk memudahkan para pembelinya. Setelah baju-baju yang sudah dipilah sesuai dengan harganya tersebut akan digantung sesuai dengan model dan harga untuk baju yang masih bagus atau layak pakai, sedangkan baju yang sudah cacat akan ditumpuk dengan harga obral.



Gambar 4.6 : Baju Bekas Yang Digantung Dan Didalam Karung

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Menurut Ebert (2008:56) mengemukakan bahwa: “penetapan harga adalah proses penentuan apa yang akan diterima suatu perusahaan dalam penjualan produknya”. Harga merupakan salah satu faktor pemicu apakah transaksi jual beli akan terjadi atau batal dilaksanakan. Penetapan harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga yang disepakati antara penjual dan pembeli setelah melewati proses komunikasi (tawar menawar). Namun para pedagang baju bekas di jalan raya Wonoasri juga sudah memilah setiap bajunya tergantung dari model baju, merk, dan layak tidaknya baju tersebut dijual. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu SL:

“Sadurung e barang daganganku digantung, mesti tak pilih regane disek mbak seng sekirane cocok karo model, merk, bahan, warna, kandel tipis e bahan klambi. Biasane ya enek klambi seng rusak utowo kancinge ilang iku tak obral mbak ben cepet payune, kadang lak sek apik tapi kancinge ilang yo tak benakne ae mbak kan lumayan hehe.. kadang klambine ya tak umbah disek mbak, seng paling utama klambi wedok. Soale langgananku akeh-akeh wedok. Tapi lak klambi lanang ya gak tak umbah mbak, penting wis ketok rapi ae hehe.. Aku lak ngadol klambi-klambi bekas iki ya gak larang-larang mbak. Roto-roto lak clono jeans aku ngedol Rp.45.000,- sampek Rp.65.000,-, kaos Rp.10.000,- sampek Rp.20.000,-, hem Rp.20.000,- sampek Rp.35.000,-, jaket Rp.30.000,- sampek Rp.45.000,- pokok e wes iso balik modal ae mbak hehe.. lek klambi seng merek regane ya tak bedakne maneh mbak. Klambi-klambi seng merk kui biasane aku ngedol luweh larang iso 2x lipat e klambi seng

merk biasa kadang yo iso 3x lipat e mbak. Soko klambi-klambi seng merk kui aku iso oleh untung seng lumayan akeh mbak, soale peminat yo akeh arek enom-enom ngono kae hehe.. kadang yo wong-wong seng kulaan terus di dol maneh.”

“Sebelum barang dagangan atau baju yang saya jual di gantung, saya selalu memilah harga yang cocok untuk baju tersebut terlebih dahulu mbak sesuai dengan model, merk, bahan, warna, dan tebal tipisnya baju. Ada juga baju yang sudah rusak atau kancingnya hilang itu saya obral mbak supaya cepat laku, kadang kalau masih bagus tapi kancingnya aja yang hilang ya saya benerin mbak hehe.. Saya kalau jual baju gak pernah mahal-mahal mbak. Rata-ratanya kalau celana jeans saya jual Rp.45.000,- sampai Rp.65.000,-, kaos Rp.10.000,- sampai Rp.20.000,-, kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.35.000,-, jaket Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,- yang pentingsudah bisa balik modal saja hehe.. dan kalau baju yang bermerk juga saya bedakan lagi mbak. Baju-baju merk tersebut biasanya saya jual lebih mahal bisa 2x lipatnya baju yang merk biasa kadang ya 3x lipatnya mbak. Dari baju yang bermerk itu saya biasanya bisa dapet untung yang lumayan banyak mbak, soalnya juga banyak peminatnya daripada baju yang merk biasa seperti para anak-anak muda hehe.., kadang ya orang yang membeli secara borongan untuk dijual lagi.”

Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak RM, informan merupakan penjual es yang berada di pasar gombek, sebagai berikut:

“Saya jualan es disini sudah cukup lama mbak jadi ya sudah lumayan akrab sama pedagang baju bekas di pasar ini. Iya memang ibu SL itu selalu mencuci baju yang akan beliau jual. Di tokonya sih kebanyakan yang dijual baju cewek mbak, wong yang datang ketoko ibu SL kebanyakan ya cewek mbak hehe kadang ibu-ibu kadang ya anak muda”.

Pemaparan dari Ibu SL di atas, barang yang akan beliau jual selalu dipilah terlebih dahulu untuk harganya sesuai dengan model, merk, bahan, dan tebal atau tipisnya baju tersebut. Untuk baju-baju yang sudah tidak layak pakai atau cacat, dijual dengan cara diobral oleh ibu SL. Namun jika hanya kancingnya saja yang hilang, ibu SL kadang juga memperbaikinya supaya bisa dijual dengan harga yang lebih mahal. Tujuan dari ibu SL adalah memudahkan para pelanggannya untuk memilih baju sesuai harga yang cocok dengan mereka. Selain itu supaya ibu SL dapat

memperkirakan untung dari harga yang sudah dipatok pada setiap bajunya. Biasanya saat ramai pelanggan Ibu SL tidak bisa melayani para pelanggannya satu persatu, maka dengan adanya harga pada setiap baju tersebut dapat memudahkan ibu SL juga. Dengan membedakan harga setiap bajunya, ibu SL juga bisa memperkirakan untung dari setiap bajunya. Jika rata-rata harga jual untuk celana jeans dijual Rp.45.000,- sampai Rp.65.000,-, kaos Rp.10.000,- sampai Rp.20.000,-, kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.35.000,-, jaket Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-. Itu untuk baju yang tidak bermerk, sehingga untuk baju yang bermerk ibu SL bisa mendapatkan untung 2x lipatnya yang paling sering.

Dalam sistem perdagangan baju bekas juga di kenal sistem cabut atau di kenal oleh mereka dengan sistem membeli borongan, yaitu saat pedagang tersebut baru membuka baju yang ada dikarung namun belum memilahnya sama sekali sesuai dengan merk atau bahannya, pembeli atau pelanggan memilih beberapa helai pakaian yang dapat dikategorikan paling bagus diantara yang lain kemudian menawar kepedagang sesuai dengan harga yang diinginkan oleh pembeli. Namun biasanya pedagang berusaha mempertahankan harga yang dianggap sebagai strandar baku sesuai dengan jenis pakaian atau barang yang akan dibeli. Dengan demikian terjadi tawar menawar harga antara pembeli dan penjual. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Gertz (1992:38), mengatakan bahwa:

“Sebagai pola luncur yaitu tawar menawar cenderung untuk memusatkan seluruh perhatian pedagang dan transaksi terjadi antara pembeli dan penjual, masing-masing berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari jual beli yang dilakukan”.

Tidak semua pedagang yang menjual barang dagangannya secara borongan, biasanya para pedagang yang mempunyai stok barang yang masih di dalam karung dengan jumlah banyak dan mempunyai langganan yang membeli untuk dijual lagi atau *kulaan*. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak SY:

“Selama aku bakulan klambi bekas dikene, aku milih klambi seng pas karo regane ya gak kabeh mbak hehe.. Aku gur milih klambi seng enek merk e ae, koyok merk edwin, levis 501, wrangler, dickies,

supreme, karo hem flanel. Soale klambi seng enek merk e kui biasane wes enek seng mesen mbak, dadine ya tak sisihne. Kan eman mbak lak klambi seng bermerk didadikne siji karo merk biasa, soalekan iso oleh untung seng lumayan akeh hehe.. Lak seng liyane ya tak tumpuk dadi siji ae mbak, ngko lak enek seng minat baru tak kei rego, soale panggone sumpek mbak hehe... Langgananku biasane yo tuku klambi borongan mbak, sak urunge tak pilih koi wong e milih disek posisi klambi sek di karung. Ngonokui tak batesi kudu tuku 20-30 potong klambi mbak ben aku gak rugi hehe.. Soalekan ya wong e iso milih klambi sing kualitas esik apik, bahkan oleh klambi sing sik enek bandrole karo klambi merk mbak”.

“Selama aku jualan baju bekas disini, saya memilah baju yang sesuai dengan harganya tidak semuanya mbak hehe.. Saya hanya memilah harga baju yang bermerk, seperti merk edwin, levis 501, wrangler, dickies, supreme, dan kemeja flanel. Soalnya baju-baju yang merk merk itu kadang sudah ada yang pesan mbak, jadi saya sisihkan. Kan sayang mbak kalau baju yang bermerk itu dijadikan satu sama baju yang merk biasa, soalnya bisa dapet untung yang lumayan banyak hehe.. Kalau yang lainnya ya saya tumpuk jadikan satu mbak, nanti kalau ada yang minat baru saya beri harga soalnya tempatnya ya sempit mbak hehe... Langgananku disini biasanya juga membeli baju dengan sistem borongan mbak, sebelum aku memilah baju yang masih ada di bal itu orangnya memilih terlebih dahulu. Kalau beli secara borongan itu saya batasi harus membeli 20-30 potong baju mbak supaya saya gak rugi juga hehe.. Soalnya orangnya bisa memilih baju yang kualitasnya masih bagus, bahkan dapat baju yang masih ada bandrolnya dan baju yang bermerk mbak”.

Dari pemaparan bapak SY menjelaskan bahwa beliau hanya memilah harga baju yang bermerk saja. Kalau baju yang lainnya beliau tumpuk jadikan satu baru nanti beliau beri harga saat ada pembeli yang akan membelinya. Menurut beliau cara itu lebih mudah dan tidak harus bekerja dua kali untuk memilah harga per bajunya selain tidak adanya tempat. Selain itu bapak SY juga menjual baju dengan sistem borongan yang dapat menguntungkan bapak SY karena lebih cepat lakunya dan pendapatan bisa cepat meningkat.

Maka ketika para pembeli mulai mengejar merk-merk terkenal, para pedagang juga mulai selektif dalam menawarkan atau memberi harga pada barang yang dijualnya. Karena banyaknya merk-merk terkenal di pasar gombek yang banyak

dikenali oleh para pembeli seperti merk Levi's, Polo, Arnold Palmer, Arrow, Wrangler, Edwin, Adidas, Nike, Puma, GAP, dan merk-merk standar yang biasa dijumpai di toko-toko Indonesia bahkan banyak dijual di mall-mall terkenal. Berbagai merk terkenal dapat ditemukan di pasar gombek tersebut, tentunya dengan harga yang relatif murah. Kaos bermerk Polo, misalnya, bisa dibeli dengan hanya mengeluarkan uang sebesar Rp.20.000,- saja. Untuk celana jeans bermerk Levi's atau Calvin Klein bisa dibeli mulai dengan harga Rp.75.000,- sampai Rp.150.000,- dengan kualitas yang lumayan bagus. Sehingga banyak orang yang tidak hanya dari kalangan bawah saja yang memburu baju-baju bekas di pasar gombek tersebut, namun kalangan menengah keatas pun juga ikut membeli karena harganya yang miring juga karena merk serta modelnya tidak jauh beda dari baju-baju baru yang dijual di toko.

Pemaparan yang selanjutnya adalah dari Bapak AM:

“Aku selama sembilan tahun jualan baju bekas di sini ya lebih suka memilah harga setiap bajunya mbak, supaya tidak bingung dan kalau ada yang membantu nanti tidak perlu bingung menanyakan harganya. Terutamanya saya memilah baju sesuai dengan merknya, baru selanjutnya saya pilah sesuai dengan model, warna, dan bahannya. Kalau baju yang bermerk selalu saya jual lebih mahal sesuai pasarannya mbak hehe..., sedangkan baju yang merk biasa saya jual dengan harga yang lebih murah dan ada juga yang saya obral supaya dapat menarik minat para pelanggan atau pembeli dan cepat kembali modal. Selain itu kan ya mbak nanti kalau sudah ada harganya di setiap baju para pembeli tidak perlu menanyakan lagi harganya, bila mereka cocok dengan harga dan modelnya tinggal langsung ambil.”

Bapak AM memaparkan bahwa beliau lebih suka memilah baju yang akan beliau jual terlebih dahulu supaya tidak bingung nantinya. Beliau memilah harga baju sesuai dengan merknya, baru dipilah lagi sesuai dengan model, warna, dan bahannya. Selain untuk mempermudah bapak AM dalam memilah harga baju sebelum dijual, para pembelipun juga akan lebih mudah memilih harga baju dan model yang cocok untuk mereka. Selanjutnya pemaparan dari Bapak KM:

“Aku lak milih klambi gak kabeh klambi mbak, sak deret gantungan iku tak kei rego mulai paling murah sampek paling larang. Awale aku bedakne merk e di setiap klambi karo layak ogak e klambi kui

digae mbak, lagek ngko tergantung model, warna, karo bahan e. Lak klambi seng bermerk dikene mesti akeh peminat dadi ya regane rodok larang mbak, kadang yo wis enek seng mesen disek. Dadi lak klambi seng bermerk opomaneh seng akeh disenengi karo bocah enom-enom ngono kae ya pasti cepet entek mbak hehe..Aku lak ngedol ya gak larang mbak, tergantung pasarane klambi di kene. Lak kaos aku ngedol e Rp.10.000,- sampai Rp.15.000,-, hem Rp.20.000,- sampai Rp.25.000,-, jacket Rp.30.000,- sampai Rp.35.000,-, celana jeans Rp.45.000,- sampai Rp. 55.000,-, celana katun Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-, lak klambi seng bermerk iso ngedol 3x lipat teko rego klambi seng merk biasa. Koyok celono merk levis 501 iku iso didol mulai rego Rp.75.000,- sampek Rp.200.000 ewu mbak tergantung cacat ogak e. Lak hem flanel asli iku iso sekitar Rp.75.000,- sampek Rp.125.000,- mbak. sedangkan jacket jeans seng merk edwin utowo wrangler iku regone iso Rp.100.000,- sampek Rp.175.000,- mbak.”

“Aku kalo memilah baju gak disetiap baju mbak, disatu deret gantungan itu aku kasih harga yang dimulai dari harga termurah sampai termahal. Awalnya aku membedakan merknya pada setiap baju dan layak tidaknya baju itu dipakai mbak, baru nanti tergantung sama model, warna, dan bahannya. Kalau baju yang bermerk disini pasti banyak peminatnya jadi harganya lebih mahal, kadang juga ada yang memesannya terlebih dahulu. Jadi kalau baju yang bermerk utamanya yang banyak digemari sama anak-anak muda pasti cepat laku mbak hehe.. Aku jualnya ya gak mahal mbak, tergantung pasarannya baju disini. Kalau kaos aku jualnya Rp.10.000,- sampai Rp.15.000,-, kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.25.000,-, jacket Rp.30.000,- sampai Rp.35.000,-, celana jeans Rp.45.000,- sampai Rp.55.000,- celana katun Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-, dan kalau baju yang bermerk bisa tiga kalilipat harganya mbak dari harga baju yang biasa. Kayak celana merk levis 501 itu bisa di jual mulai harga Rp.75.000,- sampai Rp.200.000,- mbak tergantung cacat tidaknya. Sedangkan kemeja flanel yang asli itu bisa sekitar Rp.75.000,- samapi Rp.125.000,- mbak. Dan kalau jacket jeans yang merk edwin atau wrangler itu bisa seharga Rp.100.000,- sampai Rp.175.000,-.”

Baju yang di jual oleh bapak KM juga selalu diberi harga terlebih dahulu pada setiap satu deret gantungannya. Beliau memberi harga tergantung dengan model, bahan, dan warnannya, sebelumnya beliau selalu memilah baju-baju yang bermerk dahulu dan baju yang layak pakai. Bapak KM memberi harga baju selalu sama dengan pasaran harga baju bekas di sepanjang jalan Wonoasri tersebut. Kaos di jual

dengan harga Rp.10.000,- sampai Rp.15.000,- kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.25.000, jacket Rp.30.000,- sampai Rp.35.000,- celana jeans Rp.45.000,-Rp.55.000,- celana katun Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,- dan kalau baju yang bermerk bisa 2x lipat harganya dari harga baju yang biasa. Sehingga bapak KM juga bisa mendapatkan untung yang lumayan banyak dari baju yang bermerk. Yang terakhir adalah pemaparan dari Bapak RL:

“Kalau soal harga kadang aku kasih kadang ya enggak mbak, yang utama aku selalu memilah setiap model baju, bahan, dan jenisnya pasti tidak jauh beda dari ruko-ruko yang lainnya. Kalau udah aku pilah gitu nanti gantungannya yang aku pisah-pisah sesuai model, bahan, dan jenisnya itu mbak. Baju-baju yang ber merk baru aku kasih harga mbak hehe.. Harganya ya sesuai dengan merknya mbak, bajunya sudah jelekpun kalau merknya banyak yang minat ya masih mahal. Celana merk Levis 105 aku jualnya mulai dari harga Rp.100.000,- sampai Rp.150.000,- merk edwin Rp.75.000,- samapi Rp.130.000,- merk wrangler Rp.90.000,- sampai Rp.145.000,-. Pokok kalau di sini itu kebanyakan yang laku baju yang bermerk itu mbak.”

Pemaparan dari lima informan di atas menjelaskan bahwa mereka memilah baju sesuai dengan merk, warna, bahan, dan model bajunya. Yang paling utama mereka selalu memilah baju dari merk baju tersebut dan layak tidaknya baju dipakai karena dari baju yang bermerk para pedagang tersebut bisa mendapatkan untung yang lumayan banyak. Mereka menjual baju bekas tersebut rata-rata dengan harga yang sama dari penjual yang satu dan penjual yang lainnya, kaos dijual dengan harga Rp10.000,- sampai Rp.15.000,-, kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.25.000,- jacket Rp.30.000,- Rp.35.000,- celana jeans Rp.45.000,- sampai Rp.55.000,- celana katun Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-. Sedangkan baju yang bermerk bisa mereka jual dengan harga 2x kalilipatnya karena baju-baju bekas yang bermerk tersebut banyak peminatnya terutama pada kalangan anak remaja.

Dari lima informan di atas dapat disimpulkan hasilnya yaitu dari memilah harga baju bekas sebelum menjualnya dapat memudahkan para penjualan maupun pembelinya. Sehingga para pedagang baju bekaspun harus mempertimbangkan

dahulu antara harga beli dan harga jual setiap barang dagangannya supaya tidak mengalami kerugian. Seperti yang dipaparkan oleh Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2013:45) menentukan harga suatu barang membutuhkan faktor-faktor seperti berikut ini: “memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis penawaran dan harga pesaing, memilih suatu metode harga, dan memilih harga akhir”. Harga merupakan cerminan dari apa yang disiapkan penjual untuk dijual dan apa yang pembeli siapa untuk dibayar. Bagi konsumen, harga adalah cerminan nilai dari setiap produk. Maka yang menarik minat para pembeli adalah harga baju yang murah, selanjutnya pembeli tersebut akan memilih baju mana yang cocok untuknya.

Para pedagang baju bekas di pasar gombek juga selalu memperhatikan barang dagangannya, karena para pedagang tersebut termasuk dalam kategori pemasok yang harus mempunyai target khusus dalam menjual barangnya. Apabila barang dagangan belum habis terjual selama 3 minggu, maka pakaian tersebut sudah dianggap pakaian yang cacat atau *restant* dan akan dijual murah. *Restant* menurut pedagang ada tiga macam, pertama *restant* karena modelnya sudah ketinggalan, kedua *restant* karena waktunya sudah lebih dari 6 minggu dan yang ketiga adalah *restant* karena barangnya ada yang rusak. Kadang para pedagang memasukkan barang dagangan yang sudah lama tidak laku ke dalam karung atau bal lalu dijual dengan harga yang miring, misalnya satu karung mereka jual dengan harga Rp.300.000,- sampai Rp.500.000,-. barang tersebut umumnya diambil oleh pedagang yang berjualan dari kampung ke kampung atau dari pasar ke pasar yang menjualnya dengan cara eceran atau perhelai.

4.5.2 Selektif Dalam Memilih Waktu Berjualan

Pedagang baju bekas disepanjang jalan raya Wonoasri dimana alokasi waktu yang digunakan untuk berjualan setiap harinya berubah-ubah bisa lebih lama atau lebih cepat karena terdapat waktu dan hari tertentu yang ramai pengunjung atau pembeli. Hari paling ramai pembeli pada pasar gombek yaitu pada hari libur sekolah dan libur kerja. Sehingga para pedagang baju bekas bisa membuka tokonya lebih

awal dan menutupnya lebih lama pada saat hari-hari tersebut. Mayoritas pedagang baju bekas membuka rukonya pada pukul 08.00 WIB, kegiatan para pedagang ketika itu adalah menata baju di gantungan, membersihkan baju-baju yang kotor karena debu, dan memilah baju atara model dan harga baju. Pada hari biasa para pedagang menutup rukonya sekitar jam 18.30 WIB sedangkan pada saat ramai atau hari libur biasa tutup jam 19.00 WIB. Jam-jam yang ramai pengunjung saat hari biasa saat jam anak pulang sekolah dan pulang kerja sekitar jam 11.00-14.30 WIB. Sedangkan pada saat hari libur jam 09.00 sudah ramai pengunjung sampai jam 16.00 WIB. Seperti yang dinyatakan oleh Ibu SL, yaitu:

“Aku bukak toko jam piro e gak mesti mbak, lak enek barang seng perlu dibongkar yabukak e isuk sekitar jam 07.00 WIB. Tapi lak karek resik-resik karo ngrapekne klambi ya bukak e jam 08.00 WIB an. Kerep e aku bukak jam 08.00 isuk mbak, podo karo toko seng liyane tutup e ya jam 18.30 WIB. Soale lak bukak isuk-isuk iku kadang males mbak, sek sepi seng tuku hehe.. Di kene iki ramene pas dino prei karo pas dino besar mbak dadine lak pas dino prei iso bukak luweh pagi tutup e ya luwih sore mbak. Pas prei ngono kae aku biasane di ewangi bojoku karo anakku mbak pas podo preine. Lak pas dino biasa ngene ya santai mbak, lak jam 18.00 wis sepi kadang-kadang ya wis tutup ae hehe.. pas dino senin sampek kamis kui ramene jam 11.00 an awan mbak sampek jam 14.00 kadang-kadang, utowo pas wong-wong karo bocah-bocah mulih sekolah.”

“Saya buka ruko jam berapa tidak pasti mbak, kalo ada barang yang perlu dibongkar dan dipilah-pilah sesuai jenis atau harganya ya buka lebih pagi sekitar jam 07.00 WIB. Tapi kalau tinggal bersih-bersih dan merapikan baju ya buka jam 08.00 WIB. Seringnya saya buka jam 08.00 pagi mbak, sama dengan ruko yang lainnya dan tutupnya jam 18.30 WIB. Soalnya kalau buka terlalu pagi biasanya malas mbak, yang beli juga masih sepi hehe.. Di sini itu ramainya pas hari libur atau hari besar gitu mbak jadi pas hari-hari itu bisa buka lebih pagi dan tutupnya lebih sore. Pas hari libur saya sering dibantu suami dan anak saya mbak kalo mereka libur kerja dan sekolah aja. Kalo hari-hari biasa gini ya santai mbak, kalo jam 18.00 udah keliatan sepi kadang-kadang ya tutup aja hehe.. Mulai hari senin sampai hari kamis itu ramainya jam 11.00 an siang mbak sampai jam 14.00 gitu kadang-kadang, atau pas orang-orang dan anak-anak pulang sekolah.”

Penjelasan dari Ibu SL menunjukkan bahwa beliau berjualan sekitar 11 jam perharinya. Berjualan baju bekas di sepanjang jalan raya Wonoasri tersebut merupakan pekerjaan utama dan tetap yang dijalankan oleh ibu SL. Ibu SL mulai membuka tokonya jam 08.00 pagi-jam 18.30 sore rata-ratanya. Saat hari libur atau hari besar ibu SL sering dibantu anak dan suaminya karena selalu ramai pengunjung. Maka hal tersebut sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Wirosarjono (1991:50) yang merumuskan ciri-ciri sektor informal salah satunya adalah “ukuran usahanya umum kecil dan aktifitasnya merupakan usaha keluarga”. Sedangkan saat hari-hari biasa seperti hari senin sampai kamis beliau menjaga tokonya sendiri karena pengunjungnya tidak terlalu banyak.

Dari penjelasan Ibu SL, tidak jauh beda dengan penjelasan yang diungkapkan oleh Bapak SY, yaitu:

“Aku biasa bukak jam 08.00 WIB sampek jam 19.00 WIB, tapi biasane ya bukak luwih isuk jam 07.00 WIB isuk mbak lak mulih e ya tetep jam 19.00 WIB podo koyok liyane. Tapi lak pas dino libur utowo dino-dino besar koyok pas arepe riyoyo bukaku ya ajek isuk mbak soale pas rame-ramene dadi koyok disik-disikan golek pelanggan hehe.. Pas dino biasa di kene ramene sekitar jam sepuluh sampek jam loro an mbak ajek e. Tapi lak pas dino libur ya ajek teko gak iso di tentokne. Pas rame aku bakulan biasane diewangi karo anakku mbak.”

“Aku biasa jualan jam 08.00 WIB sampai jam 19.00 WIB mbak, tapi biasanya ya buka lebih pagi sekitar jam tujuh kalau pulangny tetep jam 19.00 WIB sama seperti yang lainnya. Sedangkan pas hari libur atau hari-hari besar seperti saat mau lebaran, saya buka selalu pagi mbak soalnya pas ramai-ramainya jadi kayak cepet-cepetan cari pelanggan mbak hehe.. Waktu hari biasa disini ramainya sekitar jam sepuluh sampai jam dua siang mbak. Tapi kalau pas hari libur ya selalu ramai tidak bisa di tentukan. Kalau pas ramai saya jualan biasanya dibantu sama anakku mbak.”

Bapak SY menjelaskan kalau beliau mulai membuka toko mulai pukul 08.00 WIB dan tutupnya jam 19.00 WIB, tapi kalau hari libur beliau biasanya buka lebih pagi sekitar jam 07.00 WIB dan tutupnya tetap seperti biasa. Jadi rata-rata bapak SY bekerja atau berjualan baju bekas sekitar 11 jam perharinya. Karena pekerjaan di

sektor informal tidak terikat waktu, waktu bekerja pada sektor informal juga tidak pernah di tentukan. Kalau waktu ramai Bapak SY sering dibantu oleh anaknya. Dengan begitu bapak SY tidak perlu mengeluarkan upah yang terlalu banyak untuk membayar orang yang membantu bapak SY. Hal tersebut merupakan salah satu ciri-ciri dari sektor informal yang dipaparkan oleh Wirosardjono (1994:50) bahwa umumnya tiap-tiap satuan usaha memperkerjakan pekerja yang sedikit dari lingkungan keluarga, kenalan, dan berasal dari daerah yang sama.

Informan selanjutnya yaitu Bapak AM, yaitu sebagai berikut:

“Aku datang di ruko jam 07.00 WIB mbak paling siang ya jam 07.30 WIB soalnya harus beres-beres baju yang mau di jual dulu mbak dan memilah-milah sesuai bahan serta harganya. Aku jualan baju bekas ini sendiri mbak, tapi kalau pas hari besar gitu biasanya saya cari karyawan biar ada yang bantu-bantu hehe.. Soalnya istriku jualan di rumah mbak sambil nunggu anak-anak. Aku tutup tokonya jam 19.00 WIB mbak sama kayak yang lainnya, tapi kalau masih ada pembeli atau pelanggan biasanya juga bisa molor agak sore, kan lumayan mbak bisa nambah pelanggan juga hehe.. selain itu kan aku tinggalnya ya di toko ini mbak sama istri dan anak jadi ya santai wes mbak, kalau ada pelanggan yang datang malam gitu ya aku layani”.

Dari penjelasan di atas, Bapak AM membuka tokonya bisa lebih pagi dari ruko yang lain yaitu sekitar jam 07.00 WIB pagi paling siangnya jam 07.30 WIB. Dan beliau tutupnya juga sama seperti yang lain, yaitu jam empat sore jika sudah tidak ada pelanggan atau pembeli. Jam kerja beliau juga sama seperti yang lainnya sekitar 11 jam per harinya. Bapak AM setiap harinya menjaga toko sendiri, kadang-kadang kalau ramai pembeli juga di bantu oleh istrinya. Saat hari puasa kadang bapak AM mencari karyawan dengan memperkerjakan saudaranya sendiri. Sama halnya dengan pemaparan dari Bapak KM, yaitu :

“Aku bukak toko mesti jam 08.00 WIB mbak, lak tutup e ya tergantung sepi opo ramene wong tuku soale lak jik rame wong ngono kae eman arep tutup hehe.., kadang ya resik-resik disek baru tutup mbak ben sesok isuk iso rodok santai. Aku lak tutup toko biasane jam 19.30 WIB mbak, lak enek wong tuku ya nunggu sek iso-iso luweh sore. Aku biasane lak bakulan diwangi karo anakku pas cae wis muleh sekolah mbak.”

“Aku buka rukonya selalu jam 08.00 WIB mbak, kalau tutupnya tergantung sepi ramainya pembeli soalnya kalau masih ramai orang sayang mau ditutup hehe.. dan kalau sudah selesai beres-beres baru saya tutup mbak biar besok paginya bisa agak santai. Kalau tutup ruko saya biasanya jam 19.30 WIB mbak, kalau masih ada pembeli ya bisa lebih sore. Saya biasanya jualan dibantu sama anak saya kalau sudah pulang sekolah.”

Dari penjelasan bapak KM di atas, beliau selalu buka rukonya jam 08.00 WIB sedangkan tutupnya tergantung sepi atau ramainya pembeli dan selesainya bersih-bersih ruko. Beliau juga bekerja kurang lebih 11 jam setiap harinya. Bapak KM saat berjualan biasanya dibantu oleh anaknya jika sudah pulang sekolah. Informan yang selanjutnya yaitu Bapak RL:

“Saya kalau buka ruko biasanya jam 08.00 WIB mbak, bisa molor dan bisa kurang. Tapi kalau berangkat dari rumah saya selalu jam 07.00 WIB karena rumah sama ruko saya tempat berjualan tidak dekat. Kalau saya sudah selesai membereskan ruko yang dalam baru saya membuka ruko sembari menata baju yang di gantung di depan dan menyapu mbak. Kalau tutupnya saya tergantung sepi ramainya pembeli mbak, kalo udah sepi gt kadang ya saya tutup aja mbak soalnya males gak ada kerjaan hehe.. Saat hari senin sampai kamis biasanya 18.30 WIB sudah tutup mbak soalnya agak sepi, tapi kalau pas hari libur biasa tutup jam 19.00 WIB. Rata-rata saya berjualan di ruko itu delapan jam mbak. Saat hari libur biasanya saya di bantu keponakan saya mbak biar gak bingung kalau pas ramai.”

Hal tersebut juga dibenarkan oleh Bapak LK, informan tersebut merupakan tukang jahit yang bekerja di pasar gombek, sebagai berikut :

“Berhubung rumah saya dekat sini ya saya tau mbak setiap jam berapa para pedagang itu tutup dan bukannya. Rata-rata mereka buka tokonya ya setiap jam 07.00 WIB itu mbak, tutupnya sekitar jam 18.00 WIB. Yang berbeda itu Cuma bapak AM mbak soalnya kan beliau tinggal di toko hehe.. kadang kalau ada pembeli juga masih melayani itu”.

Bapak RL merupakan pedagang baju bekas yang sudah berjualan selama delapan tahun di sepanjang Jalan Raya Wonoasri tersebut. Beliau selalu berangkat jam 07.00 WIB dari rumah menuju rukonya untuk membereskan dan membersihkan

ruko. Jika beliau sudah selesai membersihkan ruko, barulah beliau membuka rukonya yang biasa di mulai dari jam 08.00 WIB. Dan saat tutup toko biasanya bapak RL menutupnya sekitar jam 18.30 WIB jika para pembelinya sudah sepi, namun saat hari libur beliau bisa tutup sekitar jam 19.00 WIB. Kalau hari libur yang biasanya ramai, beliau selalu dibantu dengan keponakannya supaya tidak kewalahan saat ada para pembeli atau pelanggan.

Lima informan di atas dapat disimpulkan hasilnya yaitu bekerja di sektor informal tidak terkait dengan waktu seperti pekerja di sektor formal. Mereka mempunyai waktu yang lebih fleksibel untuk bekerja karena pedagang yang ada di lokasi sepanjang jalan raya Wonoasri tidak memiliki kontrak kerja. Mereka bekerja saling bahu-membahu dengan keluarga ataupun dengan lingkungan sekitar. Seperti yang dikemukakan oleh Wirosardjono (1991:50) merumuskan ciri-ciri sektor informal sebagai berikut: Pola kegiatan tidak tercakup baik dalam arti waktu, modal maupun penerimaan. Ia tidak tersentuh oleh peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Pedagang baju bekas di lokasi sepanjang jalan raya Wonoasri memiliki pola kerja dan jam kerja yang beragam karena waktu kerja dalam sektor informal lebih fleksibel dalam menjalankan usahanya dibandingkan dengan sektor formal. Seperti ciri-ciri sektor informal yang dikemukakan oleh Wirosardjono (1991:50) “pola kegiatan tidak tercakup baik dalam arti waktu, modal maupun penerimaan”. Para pedagang baju bekas tersebut ada yang membuka toko atau barang dagangannya pukul 07.00 WIB, 08.00 WIB dan menutup tokonya pukul 18.00 WIB samapi pukul 19.00 WIB. Mayoritas pedagang di lokasi jalan raya Wonoasri bekerja ± 11 jam perhari, terhitung mulai dari membuka toko, menyiapkan barang dagangan, dan membersihkan toko.

4.5.3 Menambah Model Barang Dagangan

Banyaknya jenis barang dagangan yang dijual pasti akan menjadi daya tarik tersendiri pada para pembeli, karena setiap konsumen pasti memiliki gaya fashion

atau model baju yang akan dipakainya. Jika para pedagang baju bekas tersebut dapat menambah atau melengkapi setiap model baranga dagangannya, akan lebih memudahkan pedagang untuk menarik minat pembeli. Karena semakin banyaknya pilihan model baju yang disediakan oleh pedagang maka akan semakin menarik minat para pembeli dan memudahkan para pembeli untuk memilih sesuai keperluan atau keinginannya. Setiap orang pasti mempunyai gaya masing-masing dalam mengkonsumsi pakaisn karena koda atau tanda yang melekat pada pakaian sebagai objek konsumsi. Kode tersebut yang mengendalikan seseorang dalam melakukan pilihan untuk mengkonsumsi pakaian. Misalnya mengapa kita lebih memilih membeli celana *skinny* atau yang sering dikenal dengan celana pensil dibandingkan dengan celana *cutbay*. Hal tersebut tidak lain karena kode yang melekat pada masing-masing model pakaian ini yang menjadi pedoman bagi kita dalam mengkonsumsinya. Kodenya adalah tren atau musiman. Celana *skinny* lebih tren dibandingkan dengan celana *cutbay* yang dinilai ketinggalan jaman. Seperti yang dikemukakan oleh Kellner, (1994:4) Komoditas dibeli sebagai “gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan, dan sebagainya. Kode ini juga melekat pada pakaian bekas yang banyak dijual oleh para pedagang baju bekas di sepanjang jalan raya Wonoasri. Keputusan orang untuk membeli pakaian bekas tentu didasari oleh kode yang melekat pada pakaian tersebut sehingga orang tersebut tidak ragu untuk membelinya. Kode tersebut misalnya tren pakaian tersebut atau merk yang banyak dijual oleh pedagang di sepanjang jalan raya Wonoasri, seperti yang dipaparkan oleh Ibu SL :

“Seng sering teko di tokoku iki roto-roto wong wedok-wedok mbak. Dadine aku akeh e ngedol klambine wong wedok, mulai teko kaos, hem wedok, rok panjang utowo pendek, celono dowo utowo pendek, jaket-jaket wedok seng paling utama jaket jeans iku mbak cepet payune, topi, tas, sabuk. Tapi saitik-saitik aku ya nyepak i barang e wong lanang mbak seng biasane sering payu koyok celono karo hem, seng paling utama ya klambi merk iku. Lak pas dino prei ngonokae stok daganganku mesti tak tambahi mbak ben ketok akeh hehe.. seng anyar-anyar tak seleh ngarep mbak ben ketok apik barang-barangku dadine iso nambah pelanggan. Misal barangku ketok kosong mesti langsung taktambahi mbak ben pelanggan e tetep tuku di aku hehe.. Roto-roto

klambi dikene iki ya musiman mbak, daadine ya kudu pinter milih klambi dadi pedagang iki kan selerane uwong ya bedo-bedo mbak.”

“Yang sering beli atau datang di tokoku ini rata-rata perempuan mbak. jadinya aku banyak menjual baju perempuan, mulai dari kaos, kemeja perempuan, rok panjang, atau pendek, celana panjang atau pendek, jaket-jaket perempuan utamanya jaket jeans yang banyak laku, topi, tas, sabuk. Tapi sedikit-sedikit aku ya menyiapkan barangnya orang laki-laki mbak, yang sering laku itu celana sama kemeja, yang paling utama ya baju yang bermerk itu. Kalau pas hari libur gitu stok daganganku sering aku tambah mbaksupaya kelihatan banyak hehe.. yang baru-baru aku taruh depan mbak supaya kelihatan bagus barang-barangku jadinya bisa menambah pelanggan. Misal barangku kelihatan kosong langsung aku tambahi mbaksupaya pelanggannya tetap beli di sini hehe.. rata-rata baju disini itu ya musiman mbak, jadinya ya harus pintarmemilih baju jadi pedagang ini kan seleranya orang beda-beda mbak”.

Barang dagangan yang dijual ibu SL yaitu kebanyakan baju perempuan karena pelanggan ibu SL rata-rata perempuan. Yang dijual Ibu SL mulai dari kaos, kemeja perempuan, celana pendek atau panjang, rok pendek atau panjang, jaket, topi, tas, dan sabuk yang banyak digemari oleh para perempuan tersebut. Ibu SL saat hari libur atau jika barangnya terlihat kosong selalu menyetok barang dagangannya supaya pelanggannya tetap banyak. Beliau juga menjual beberapa baju laki-laki yang banyak lakunya yaitu elana dan kemeja. Dengan banyaknya pilihan tersebut pasti akan menambah daya tarik tersendiri kepada pembeli, apalagi ibu SL yang selalu mengikuti trend model baju setiap ada keluaran baru model baju. Kalau soal warna ibu SL tidak terlalu memperhatikan, yang penting ada warna cerah untuk anak muda dan warna yang kalem untuk ibu-ibu. Karena pembelipun tidak terlalu memperhatikan warna, yang penting modelnya cocok. Yang selanjutnya adalah pemaparan dari Bapak SY dan Bapak AM yang hampir senada :

“Aku dikene gur bakulan klambi lanang ae mbak soale akeh-akeh pelangganku lanang. Seng tak dol iku mulai teko celono katun, celono jeans, celono kempol utowo bomber, kaos, kemeja, jaket, switer, karo jaket kulit. Lak di tokoku iki akeh-akeh peminat e iku celono karo jaket mbak, dadi lak enek model anyar pasti aku langsung goleh utowo kulaan gae didol maneh mbak”

“Aku disini cuma jual baju laki-laki aja mbak soalnya kebanyakan pelangganku laki-laki. Yang aku jual itu kebanyakan celana katun, celana jeans, celana kempol atau bomber, kaos, kemeja, jaket jeans, switer, dan jaket kulit. Kalo di rukoku kebanyakan peminatnya itu celana sama jaket mbak, jadi kalau ada model terbaru aku pasti langsung cari atau kulaan untuk dijual lagi.”

Seperti pemaparan Bapak AM :

“Ya baju-baju yang aku jual itu cuma baju laki-laki aja mbak soalnya itu aja untungnya sudah lumayan. Macam-macam baju sesuai model dan merk kadang ada di ruko saya mbak. Merk-merk seperti levis 501, stussy, edwin, wrangler, dickies, dan kemeja flanel itu banyak peminatnya bak anak-anak muda itu. Kadang ada juga mbak yang mintak di carikan baju merk ini itu, kalau ada ya saya sisihkan dulu. Mulai dari berbagai model kaos, kemeja, clana, jacket, dan rompi-rompi cowok gitu ada di ruko saya mbak. Saya usahakan bisa selalu mengikuti tren anak-anak muda ini mbak biar pelanggannya bertambah hehe.. Untungnya lo ya mbak baju-baju bekas yang saya kulak itu modelnya ya selalu baru-baru kadang juga adayang masih ada bandrolnya”.

Pemaparan kedua informan di atas, barang dagangan yang mereka jual rata-rata sama yaitu menjual baju cowok yang terdiri dari kaos, kemeja celana, jacket, dan rompi. Namun yang membedakan itu permintaan dari pelanggannya sendiri, sehingga bapak SY dan bapak AM selaluu menambah barang dagangannya tau melengkapinya sesuai permintaan dari para pelanggan atau sesuai model yang cepat habis.

Seperti yang dipaparkan oleh Kotler (2002:347) “kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen”. Sedangkan pengertian keragaman produk menurut Engels (1995:258) “kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan dan ketersediaan produk tersebut setiap saat”. Keragaman produk dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa macam-macam produk dalam artian kelengkapan barang dagangan yang di tawarkan pedagang baju bekas di lokasi sepanjang jalan raya Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri mulai dari model baju, warna baju, merk baju, dan musim tidaknya baju tersebut.

Adapun informan yang menyatakan ketika hari ramai pada hari libur dan hari besar, pedagang akan menambah model barang dagangannya seperti macam model baju, warna, dan merknya. Barang dagangan mereka bisa bertambah dua kali lipat ketika hari libur dan hari besar tersebut. Kalau hari biasa pedagang hanya bisa mendapat untung Rp 75.000 ribu – Rp 100.000 ribu. sedangkan kalau saat ramai pada hari libur dan hari besar pedagang bisa mendapatkan untung dari Rp 180.000 ribu- Rp 210.000 ribu sehingga pendapatannya bisa meningkat.

Seperti pemaparan dari Bapak KM :

“Aku nyetok klambi-klambi seng tak dol gak pernahnunggu sampek entek disek baru nambah barang daganganku mbak, lak pas enek model-model anyar ngono kae aku ya kulaan maneh. Seng paling utama pas dino prei karo dino besar soale bakal rame seng tuku mbak, kan lumayan hehe.. aku di kene bakulan macem-macem model klambi mbak mulai teko klambine wong lanang, wedok, wong tuwek, cah enom-enom, karo jaket-jaket cah cilik. Seng sering payu di kene iki ya klambi seng modele lagi usum mbak karo klambi-klambi merk. Dadine iku seng tak utamakne mbak ben langgananku gak golek di bakul-bakul liyane hehe..”

“Saya menyetok baju-baju yang akan dijual lagi itu gak nunggu sampai habisnya barang dulu mbak, kalau pas ada model baru itu aku ya kulaan lagi mbak. Yang paling utama itu waktu hari libur sama hari besar soalnya pasti ramai pembeli mbak, kan lumayan hehe... Aku disini jualannya macem-macem model baju mbak mulai dari baju orang laki-laki, perempuan, orang dewasa, anak muda, dan jaket anak kecil. Yang sering laku disini itu ya baju yang modelnya lagi musim mbak sama baju-baju yang ada merknya. Jadi itu yang aku utamakan mbak supaya langgananku gak cari di penjual-penjual lainnya hehe..”

Pemaparan Bapak KM menjelaskan bahwa beliau saat menambah barang dagangannya tidak menunggu stok dagangannya habis dulu, namun ketika ada model baru beliau selalu menambah barang dagangannya. Dan ketika hari libur maupun hari besar bapak KM juga selalu menambah stok barang dagangannya supaya para pelanggannya tidak membeli pada penjual lainnya. Bapak KM menjual berbagai pakaian bekas yang dimulai dari pakaian orang dewasa, anak muda, jaket anak kecil,

baju laki-laki, dan baju perempuan. Namun yang sering laku di ruko bapak KM itu baju-baju yang modelnya lagi musim dan baju yang ada merknya tersendiri.

Pemaparan dari informan di atas menjelaskan bahwasannya terdapat hari tertentu saat ramai pembeli pedagang baju bekas baru menambah atau selalu menambah barang dagangannya dan para pedagang baju bekas bisa mendapatkan untung dua kali lipat dari hari-hari biasanya. salah satunya yaitu pemaparan dari Bapak RL :

“Aku disini itu jual macem-macem baju bekas mbak, ada kemeja, kaos, celana, jaket, topi, tas, slimut, dan boneka-boneka itu kadang juga ada. Dari pakaian ibu-ibu, anak, anak, bapak-bapak, anak dewasa aku jual mbak. Aku pikirnya itu kalau pas ada orang yang cari barang-barang itu sudah ada di toko saya ini dan bisa punya langganan yang banyak. Apalagi kalau pas hari libur gitu mbak, barang-barang pasti penuh hehe.. soalnya pas hari libur para pembeli banyak mbak, pedagang baju bekas disini rata-rata bisa dapat untung dua kali lipat dari hari biasanya”.

Pemaparan dari kelima informan di atas menjelaskan bahwa terdapat hari tertentu yang ramai pembeli di setiap toko parapedagang baju bekas di lokasi sepanjang jalan raya Wonoasri tersebut. Pada hari tersebut mayoritas pedagang baju bekas bisa mendapatkan untung dua kali lipat daripada hari biasa. Karena para pembeli pada hari tersebut lebih banyak dan kadang juga ada pembeli dari kota-kota lain yang datang ke sana. Sehingga waktu berjualan para pedagang baju bekas tersebut lebih lama dan pedagang dapat menambah barang dagangan karena permintaan konsumen meningkat. Mayoritas pedagang baju bekas tersebut menjual kaos, kemeja, celana, jaket, tas, dan topi, selain itu ada juga yang menjual sprei, badcover, slimut, dan corden. Ada pedagang yang hanya menjual pakaian perempuan saja atau pakaian laki-laki saja, dan ada juga yang menjual semua jenis pakaian dari pakaian orang dewasa sampai pakaian anak-anak. Tidak hanya pakaian bekas yang dijual di pasar gombek, banyak barang lain seperti jaket, dasi, topi, ikat pinggang, kaos kaki, jas, blazer, tas, dan dompet. Tidak perlu mengeluarkan uang ratusan ribu untuk mendapatkan barang-barang yang ber merk tersebut, misalnya jika dompet

tangan dengan merk Luis Vitton cukup dengan harga sekitar Rp. 50.000,-. Bahkan barang untuk keperluan mempercantik rumah seperti tirai, bed cover atau selimut, juga di jual di pasar gombek dengan harga yang miring dan kualitasnyapun juga masih bagus.

4.5.4 Mencari Tempat Berjualan Yang Strategis

Apa yang terfikir dalam benak kita saat mendengar kata penjual baju bekas. Pikiran negatif pasti lebih mendominasi daripada pikiran positif tentang penjual pakaian bekas. Tidak semua orang mau untuk berdagang baju bekas karena pasti beranggapan bahwa pakaian bekas itu pakaian yang tidak layak pakai dan kotor, sehingga tempat berjualannyapun pasti di sembarang tempat. Namun di sepanjang jalan raya Wonoasri atau biasa di kenal dengan sebutan pasar gombek banyak pedagang baju bekas yang berjualan dengan tempat yang bersih dan nyaman, serta mempunyai lokasi yang strategis.

Bila berbicara mengenai pedagang, maka tidak terlepas dari sistem pemasaran. Karena setiap pedagang atau pebisnis mempunyai strategi atau langkah-langkah untuk memasarkan barang dagangannya agar bisa laku di pasar. Demikian pula dengan pedagang baju bekas di pasar gombek. Mencari lokasi yang ramai di kunjungi orang merupakan salah satu strategi agar barang dagangannya banyak peminatnya dan dibeli orang. Pedagang baju bekas di pasar gombek tidak menggelar barang dagangannya disembarang tempat atau berpindah-pindah tempat setiap harinya. Mereka mencari tempat yang strategis dengan menyewa toko untuk tempat berjualan yang ada di sepanjang jalan raya Wonoasri dengan tujuan untuk memudahkan mereka berjualan dan para pelanggan tidak bingung untuk mencari lokasi penjual tersebut keesokan harinya. Sehingga para pedagangpun mempunyai hak atas tempat yang digunakan untuk berdagang. Seperti teori yang dinyatakan oleh Manning dan Effendi (1990:95) ada tiga kategori dalam menggolongkan para pedagang, salah satunya yang sesuai dengan hal tersebut yaitu pedagang pengecer besar. dimana pedagang baju bekas tersebut merupakan pedagang pasar yang

mempunyai hak tersendiri atas tempat yang mereka gunakan untuk berjualan dalam jaringan pasar yang resmi. Seperti pemaparan dari salah satu informan yang sudah peneliti wawancarai, yaitu Ibu SL:

“Aku kat awal bakulan klambi bekas ya di kene wis mbak. aku milih bakulan klambi di pasar gombek soale pasar iki wis terkenal pasar sing ngedol klambi-klambi bekas. Akubakulan di kene ya gak sembarang panggon mbak. aku golek panggon seng sekirane ketok wong ben iso dadi jujukan langsung hehe.. di kene iki aku nyewo toko seng di gae bakulan mbak, soale jarak omahku ko kene ya lumayan adoh. Misal bakulan di omh jane ya enek panggon mbak, cuman kan gak kiro enek seng ngerti mbak paling seng ngerti ya gur tonggo-tonggo hehe..”

“Aku dari awal jualan baju bekas ya di sini sudah mbak. aku memilih jualan baju bekas di pasar gombek soalnya pasar ini sudah terkenal sebagai pasar yang menjual baju-baju baru. Aku jualan disini ya gak disembarang tempat mbak. aku mencari tempat yang terlihat oleh orang banyak supaya bisa jadi tempat utama orang berkunjung mbak hehe.. ddi sini ini aku menyewa toko yang dipakai untuk jualan mbak, soalnya jarak rumahku dari sini ya lumayan jauh. Jika jualan di rumah sebenarnya ya ada tempat mbak, cuman ya gak mungkin ada yang tau mbak mungkin yang tau ya cuma tetangga-tetangga sekitar Desahehe..”

Menurut informan SL, berjualan baju bekas di pasar gombek dengan menyewa toko merupakan strategi dalam mencari tempat yang strategis. Karena jika beliau berjualan di sekitar rumah tidaklah banyak orang yang mengetahuinya. Seperti teori yang dipaparkan oleh Homans (dalam Jhon Scott, 2012:244), “tidak ada pola interaksi yang akan muncul atau bertahan jika tidak semua partisipan dapat meraih keuntungan” . Sehingga ibu SL mampu menetapkan sebuah strategi untuk jangka panjangnya dengan menyewa toko tersebut dengan harapan pendapatan dapat meningkat karena lokasinya yang strategis banyak didatangi oleh orang-orang dari daerah lain. Informan selanjutnya adalah bapak SY :

“Omahku masuk-masuk gang cilik mbak, gak enek lahan gae bakulan. Dadine aku ya kuduk golek panggon seng sekirane bakal diparani wong akeh misal pengen daganganku payu. Aku bakulan di

pasar gombek iki karo nyewo toko di kene mbak gae bakulan klambi-klambi iki. Iki tokone tonggoku mbak, dadine aku oleh rego ya lumayan murah hehe..”

“Rumahku itu masuk-masuk gang kecil mbak, gak ada lahan juga kalau untuk jualan dirumah. Jadinya ya aku harus cari tempat yang terlihat strategis sehingga banyak orang yang berkunjung supaya daganganku cepat laku. Iki jualan di sini dengan menyewa toko mbak untuk tempat berjualan baju-baju ini. Ini toko milik tetangga rumah mbak, jadinya aku dapet harga yang lumayan murah hehe..”

Hal tersebut juga dibenarkan oleh informan lainnya, yaitu Bapak LK, tukang jahit yang berada di sebelah toko Bapak SY:

“Itu toko bukan punya bapak SY sendiri dek, oranya itu Cuma nyewa. Rumah pak SY itu lumayan jauh dek masuk-masuk gang jadi ya orangnya harus menyewa toko itu biar bisa jualan disini. Soalnya disinikan selalu ramai dek, orang-orang dari Kota lain juga sudah lumayan tau kalau sini itu pasar yang jual baju-baju bekas”.

Bapak SY merupakan warga Desa Wonoasri yang rumahnya lumayan jauh dari pasar gombek. Beliau memaparkan jika berjualan di rumah tidak mungkin dapat meningkatkan pendapatan, selain tempatnya yang tidak strategis juga karena tidak ada lahan untuk berjualan. Bapak SY menyewa toko di pasar gombek dengan harga yang lumayan murah karena beliau menyewa pada tetangga rumahnya sendiri. Hal tersebut juga dibenarkan oleh bapak LK yang sudah 3 tahun lamanya menjadi tukang jahit disamping toko bapak SY.

Selain menyewa toko, ada juga pedagang baju bekas yang menyewa ruko (rumah toko). Karena lokasi merupakan faktor penting untuk tempat ruko yang strategis, hal ini dikarenakan ruko yang memiliki salah satu fungsi sebagai tempat usaha. Sebagaimana penuturan dari Bapak AM, sebagai berikut:

“Menurut saya pasar gombek ini merupakan tempat yang strategis untuk berjualan baju bekas mbak, soalnya sudah banyak masyarakat yang tau mengenai keberadaan pasar yang menjual baju-baju bekas ini dan yang diherankan lagi peminatnya selalu ada saja yang datang. Sampai-sampai disini aku jualan baju bekas dengan menyewa ruko mbak meskipun kecil-kecilan hehe.. soalnya waktu itu saya mau menyewa toko aja tidak ada mbak jadi ya sekalian saja saya pindah

tinggal disini heee.. sebenarnya sih rumah saya juga tidak jauh dari sini mbak mungkin sekitar 30 menit, tapikan ya pegel ya mbak kalau harus bolak-balik kerumah dengan membawa barang-barang dagangan kalau gak nyewa tempat sendiri. Tempat saya jualan ini ya lumayan strategis mbak soalnya ada di tengah-tengah pedagang baju bekas lainnya. Dan saya melayani langganan bisa kapan saja meskipun ruko saya ini sudah tutup, kadang itu langganan saya kalau sms mau liat-liat baju ya saya layani mbak kalau saya lagi gak sibuk, kan lumayan mbak hehe.. Disini saya tinggal juga tidak sendiri mbak, aku tinggal bareng istri sama anak, jadi ya kaya rumah sendiri sudah mbak hehe..”

Bapak AM merupakan salah satu informan yang menyewa ruko di pasar gombek ini. Bapak AM tidak takut kalau mengalami kerugian nantinya karena beliau berpendapat bahwa pasar gombek ini sudah dikenal oleh masyarakat luas dan peminatnya selalu ada. Selain itu bapak AM bisa menutup rukonya kapanpun dia mau. Karena langganan bapak AM jika mau melihat-lihat baju selalu sms terlebih dahulu, jika bapak AM tidak sibuk maka beliau masih bisa melayaninya. Dengan demikian bapak AM sama halnya mendapat hasil tambahan berbeda dengan pedagang yang hanya menyewa toko karena jika waktu tutup sudah tidak bisa melayani pelanggan lagi. Dapat disimpulkan bahwa bapak AM berdagang baju bekas dengan menyewa ruko karena beliau ingin mencari tempat yang dianggapnya strategis sehingga pendapatan beliau dapat meningkat. Selain itu beliau merupakan orang yang mempunyai cara atau strategi sehingga menyewa ruko hanya untuk berjualan baju bekas. Seperti teori aksi yang dipaparkan oleh Hinkle (2005:24), teori aksi menggambarkan unit-unit dasar tindakan sosial dengan karakteristik yang sesuai dengan pemaparan Bapak AM yaitu, aktor dipandang sebagai pemburu tujuan-tujuan tertentu dan aktor mempunyai alternatif cara, alat serta teknik untuk mencapai tujuannya.

Mencari tempat strategis sangatlah diperlukan untuk mencapai tujuan dalam suatu usaha. Seperti pemaparan dari informan lainnya, yaitu Bapak KM:

“Pasar gombek ancen wes terkenal karo pedagang klambi-klambi bekas e mbak. Misal bakol di pasar iki kok gak nyewo panggon gae

dodolan ya panggah kurang pas mbak, soale mayoritas bakul klambi bekas dikene iku nyewo panggon gae bakulan utowo toko. Aku nyewo toko iki wis enek 5 tahun mbak, sak durung e aku bakulan di pinggir jalan karo gae gubuk cilik-cilik an pokok gak kepanasen hehe... Tapi hasil e seng tak rasakne bedo mbak, sak wise nyewo toko hasil teko dodolan klambi iki iso luwih lumayan”.

“Pasar gombek memang sudah terkenal dengan pedagang baju bekasnya mbak. Misal jualan di pasar ini tapi tidak menyewa tempat untuk berjualan ya tetap kurang menarik minat para pembeli mbak, soalnya mayoritas penjual baju bekas disini itu menyewa tempat untuk berjualan atau toko. Saya menyewa toko ini sudah aada 5 tahun lamanya mbak, sebelumnya aku jualan di pinggir jalan dengan membuat gubuk kecil-kecilan yang penting tidak terkena panas hehe.. tapi hasilnya yang saya rasakan beda mbak, sesudahnya menyewa toko ini hasil dari jualan baju bekas bisa lebih banyak”.

Hal tersebut juga dikatakan oleh bapak KL, yaitu:

“Dari awal aku jualan baju bekas udah menyewa toko untuk tempat berjualan mbak. karena mencari tempat yang strategis merupakan salah satu cara saya untuk menarik minat para pembeli disini”.

Hal tersebut juga dibenarkan oleh informan lainnya, yaitu Bapak RM, penjual es di pasar gombek yang selalu berbaur dengan pedagang baju bekas:

“Kebanyakan pedagang baju bekas disini itu menyewa toko atau mpat untuk berjualan mbak, gak jualan dipinggir jalan seenaknya hehe.. Bapak KM itu baru 5 tahunan menyewa tempat mbak, aawalnya dulu orangnya jualan dipinggir jalan dengan membuat tempat kecil-kecilan, sekarang orangnya sudah mendapatkan toko dari menyewa mbak. Jualannya ya lumayan ramai daripada waktu jualan sebelum menyewa toko dulu. Kalau pak KL itu mulai jualan sudah menyewa tempat mbak, jualannya ya gak kalah ramai sama pak KL. Pasar gombek ini tidak pernah sepi dari pengunjung mbak, apalagi saat hari libur sama pas mau lebaran”.

Dari pemaparan beberapa informan di atas, disimpulkan bahwa mencari tempat berjualan baju bekas yang strategis dapat dilakukan di pasar gombek dengan menyewa tempat atau toko untuk tempat berjualan. Pasar tersebut merupakan pasar yang terkenal akan pedagang baju bekas dengan harga baju yang relatif murah. Hal

tersebut membuktikan bahwa dengan mencari tempat yang strategis mereka lakukan dengan berbagai cara supaya dapat mencapai suatu tujuan yang mereka inginkan yaitu meningkatkan pendapatan.



BAB 5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan beberapa hal mengenai aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya, yaitu:

1. Perilaku Konsumen

Masih banyaknya minat dari para konsumen untuk membeli baju bekas karena para konsumen beranggapan bahwa pakaian bekas yang dijual bukan semua bekas dari orang lain, namun ada juga barang yang dijual karena barang tersebut sudah cacat dari pabrik atau dari mal-mal yang sudah disimpan lama. Pakaian bekas yang dijual di pasar gombek memiliki kualitas yang bagus dan bermerk dengan harga yang murah sehingga para konsumen dapat mudah terpengaruh dari lingkungan sekitar baik dari teman bermainnya ataupun dari kenginginannya sendiri. Selain itu, pakaian bekas yang dijual memiliki model yang selalu baru atau sesuai dengan model yang lagi musim dan barang yang dijual hanya satu macam sehingga berkesan seperti membeli di butik yang tidak ada kembarannya.

2. Model Baju Bekas Yang Unik

Model baju bekas yang dijual di pasar gombek memiliki model yang unik karena berbeda dari yang lainnya. Model tersebut dapat dikatakan sebagai model yang *vintage*. Karena sudah tidak akan ada yang memproduksi lagi.

3. Masih Mudahnya Untuk *Kulakan* Baju Bekas

Para pedagang baju bekas tersebut masih bisa mendapatkan atau *kulakan* baju bekas dari kota-kota lain yang pemasokannya lebih banyak, yaitu dari Surabaya, Blitar, dan Malang.

4. Mendapatkan Keuntungan

Dengan menjual baju bekas para pedagang bisa mendapatkan laba yang tinggi. Karena modal tidak terlalu banyak sedangkan para peminat baju bekas terus ada.

Mereka menjual baju dengan melihat dari model dan merk sehingga bisa mendapatkan untung yang lumayan tinggi dari baju-baju tersebut.

Adapun strategi yang selalu dijalankan oleh pedagang baju bekas untuk menarik minat para pembelinya sehingga pendapatan mereka dapat meningkat, yaitu:

1. Kemampuan Memilah Harga Barang Dagangan Sehingga Memunculkan Pendapatan Tinggi

Dalam memilah harga baju biasanya pedagang menyesuaikan dari kualitas, tipe bahan, warna, dan model baju. Untuk baju yang tidak bermerk, celana jeans dijual seharga Rp.45.000,- sampai Rp.65.000,-, kaos Rp.10.000,- sampai Rp.20.000,-, kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.35.000,-, jaket Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-. Sedangkan untuk baju yang ber merk bisa dijual dengan harga 2x lipatnya. Sehingga para pedagang dapat meningkatkan pendapatannya dari baju-baju yang bermerk tersebut.

2. Selektif Dalam Memilih Waktu Berjualan

Hampir setiap hari para pedagang baju bekas melakukan aktifitasnya tanpa mengenal hari libur. Pedagang baju bekas di pasar gombek ini menjelaskan bahwa alokasi waktu yang mereka gunakan untuk berjualan yaitu mulai pukul 08.00 WIB sampai 18.30 WIB pada hari biasa. Jam kerja para pedagang tersebut setiap harinya juga bisa berbeda-beda jika mereka ada keperluan yang mendadak karena bekerja di sektor informal tidak terkait dengan waktu kerja atau waktu kerja tidak terbatas.

3. Menambah Model Barang Dagangan

Baju bekas sepertinya tidak bisa dipisahkan dari para pemburu pakaian karena selain harganya yang murah, baju bekas tersebut juga mempunyai banyak gaya atau variasi sehingga banyak diburu oleh para masyarakat, utamanya anak-anak muda yang ingin *high style* namun tetap hemat. Sehingga para pedagang harus selalu menyetok barang dagangan dengan model dan merk baju yang selalu *uptodate*.

4. Mencari Tempat Berjualan Yang Strategis

Mencari lokasi yang ramai dikunjungi orang merupakan salah satu strategi agar barang dagangannya banyak peminatnya dan dibeli orang. Dapat disimpulkan bahwa dari kelima informan di atas sama-sama menyewa toko untuk berjualan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian pedagang baju bekas di Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, untuk bahan perbaikan ke depannya, maka saran peneliti yaitu:

1. Strategi meningkatkan pendapatan pada pedagang baju bekas seharusnya lebih memperhatikan kebersihan baju yang mereka jual, seperti mengemas dengan rapi dan wangi.
2. Baju-baju bekas yang sudah tidak layak pakai, seperti baju yang karetanya sudah melar atau baju yang kotor dan tidak bisa dibersihkan seharusnya tidak perlu dijual supaya kualitas baju yang dijual bisa terlihat bagus dan menarik minat para pembeli.
3. Mengenai pelayanan, pelayanan yang kurang baik yang tidak disadari oleh para pedagang akan berakibat pada menurunnya pengunjung dan pada akhirnya pendapatan akan menurun. Dengan demikian dalam suatu perdagangan harus diciptakan hubungan yang baik kepada konsumen agar tetap menjadi pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adi, Isbandi R. 1994. *Kesejahteraan Sosial : Pekerja Sosial, Pembangunan Sosial, Dan Kajian Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alisjahbana. 2005. *Marjinalisasi Informal*. Yogyakarta : LakBang PRESSindo.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Cetakan Ketiga, Rineka Cipta.
- Anselm. Strauss, Corbin. Juliet. 2003. *Dasar Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Buchori, M. 1991. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Aksara Baru.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Rajawali Press. Jakarta.
- Effendi, T. N., & Manning, C. 1990. *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal Di Kota*. Jakarta: PT Gramedia.
- Engel, James F. Blackwell R.D., and Maniand, P.W. 1995. *Customer Behavior* (8th ed.). Orlnodo: The Dryden Press.
- Faisal, Sanapiah. 2005. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persoda.
- Gulo, W. (2000). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Kolter. P. & Armstrong G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan oleh Alexander Sindoro. Jilid I. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kolter, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran, Amalisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Bandung : Erlangga.

- Hidayat, A. Aziz Alimul. (2000). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*. Jakarta: Malemba Medika.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta : Penerbit erlangga.
- Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif &Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
- Moleong, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muntyah dan Sukamdi. (1997). *Strategi Kelangsugan Hidup Rumah tangga Miskin di Pedesaan*. Yogyakarta: Pusat penelitian Kependudukan Universitas Gajah Mada.
- Noer Effendi, Tadjuddin. 1993. *Sumber Daya Manusia Peluang Kerja dan Kemiskinan*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Peter, J. P., Olson. J. C., 1999. *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Keempat (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Pintrich, Paul R, & Schunk. (1996). *Motivasi in Education, Theory, Research and Application*. Ohio: Prentice Hall.
- Purwanto. (2012). *Marketing Strategi Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Platinum.
- Rahman, Bustami. 2004. *Sistem Sosial Budaya Indonesia*. Jember: Kelompok Peduli Budaya dan Wisata Daerah Jawa Timur.
- Ramli, Rusli. 1992. *Sektor Informal Perkotaan Pedagang Kaki Lima*. Jakarta : Ind-HIL.Co.
- Resmi Setia. 2005. *Gali Tutup Lubang Itu Biasa : Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan dari Waktu ke Waktu*. Bandung: Yayasan Akatiga.
- Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert. 2008. *Bisnis, Terjemahan Benyamin Molan*. <http://www.Blog at WordPress.com/penetapan harga jual/ilmu manajemen>.
- Ridho, R. A. 2001. *Badan Hukum dan Kedudukan Badan Hukum*. Bandung:Perseroan, Perkumpulan, Koprasi Yayasan, Wakaf, Alumni.

- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Modern Terjemahan Alimandan*. Jakarta : Prenada Media.
- Robbins, Sthephen and Timothy A. Judge. (2007). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, Leon G., dan Lesslie Lazar Kanuk (1997). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Scott John. 2012. *TEORI SOSIAL Masalah-masalah Pokok dalam Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Solomon, R. 2000. *Consumer Behavior, Buying Having and Being*. Fith Edition, Prentice Hall International, Inc.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sumarnonugroho. (1984). *Sistem Intervensi Kesejahteraan Sosial*. Yogyakarta: Hanindita.
- Suyanto, B., dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial : Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Usman, Husaini & Akbar, Purnomo S. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Widyastutik, Widyawati, dkk dan Juliana. (2004). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akutansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akutansi*. Simposium Nasional Akutansi VII.
- Wirosardjono, Soetjipto. 1991. *Pengantar Batasan Dalam Sektor Informal*. Prisma No 3. Jakarta: LP3ES.

Skripsi :

Navira Rahma Dewi. 2011. *Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima Di Lingkungan Kampus Universitas Jember*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Oktaviani ayu Dwi Purnamie. 2014. *Strategi Pedagang Kaki Lima Akibat kenaikan Harga Bahan Pokok*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

Peraturan Perundang-Undangan

Republik Indonesia, *Undang-undang Nomor 6 tahun 1974 tentang Usaha Kesejahteraan Sosial*.

Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan*.

Internet :

<http://www.kedirikota.go.id/read/Profil/11/1/32/Demografi.html> diakses 03 Maret 2016 pukul 16:55 WIB

<http://www.bps.go.id/aboutus.php?nl=1&news=1&kategori=1&kl=1> diakses 09 Desember 2015 pukul 13:08 WIB

<https://id-id.facebook.com/PRFMNewsChannel/posts/626914794106786> diakses 01 Maret 2016 pukul 07:05 WIB

<http://finance.detik.com/read/2015/07/13/175124/2967954/4/selain-larangan-impor-perdagangan-pakaian-bekas-juga-akan-dilarang> diakses 01 Maret 2016 pukul 07:05 WIB.

Lampiran 1 : Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Telaah Penelitian Terdahulu Mengenai Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya

Sasaran Telaah	Penelitian Yang Ditelaah	
	1	2
Judul	Strategi bertahan hidup pedagang kaki lima dilingkungan kampus Universitas Jember	Strategi Pedagang Kaki Lima Akibat Kenaikan Harga Bahan Pokok
Tahun Penelitian	2011	2014
Keluaran Lembaga	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Jember	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Jember
Hasil Penelitian	Strategi bertahan hidup yang dilakukan pedagang kaki lima yaitu pedagang makanan di lingkungan kampus Universitas Jember saat libur semester mahasiswa Universitas Jember. Strategi tersebut dilakukan dengan cara memanfaatkan lingkungan sosial dengan meminjam uang kepada tetangga. Dan mencari pekerjaan lain selain sebagai pedagang kaki lima seperti kuli bangunan untuk menambah penghasilan tambahan.	Strategi yang dilakukan pedagang kaki lima yaitu pedagang makanan di lingkungan kampus Universitas Jember akibat kenaikan harga bahan pokok. Strategi tersebut dilakukan dengan cara membeli bahan-bahan yang kualitasnya nomer dua dan bahan-bahan lain yang harganya lebih murah sehingga porsi nasi dan harga jualnya tetap sehingga para konsumen tetap membeli dagangannya.
Metode	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Kualitatif

Penelitian Terdahulu yang Menjadi Acuan	<ol style="list-style-type: none">1. Bedriati Ibrahim dan Murni Baهران2. Ria Amelia3. Rika Harini dan Umi Listyaningsih4. Tina Suhartini dan Nurmala K.	<ol style="list-style-type: none">1. Nurul Huda (2007)2. Nafira Rahma Dewi (2011)
Persamaan Dengan Penelitian	Metode penelitian, jenis penelitian, dan penelitian ini juga menjelaskan tentang berbagai bentuk strategi bertahan hidup pedagang kaki lima.	Metode penelitian, jenis penelitian, dan penelitian ini juga menjelaskan tentang berbagai bentuk strategi pedagang kaki lima akibat kenaikan harga bahan pokok.
Pembedaan Dengan Penelitian	<ul style="list-style-type: none">- Analisis data- Lokasi penelitian : lingkungan kampus Universitas Jember	<ul style="list-style-type: none">- Analisis data- Lokasi penelitian : lingkungan kampus Universitas Jember

Lampiran 2 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

(Guide Interview)

“Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya”
(Studi Deskriptif Pedagang Baju Bekas Di Pasar Gombek Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri).

Informan Pokok

Identitas Pedagang

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Pendidikan Terakhir :
Jumlah Anggota Keluarga :

Pertanyaan Informan Pokok

1. Sejak kapan bapak atau ibu bekerja sebagai pedagang baju bekas?
2. Apa yang mendorong bapak atau ibu untuk bekerja sebagai pedagang baju bekas?
3. Apakah bapak atau ibu berjualan baju bekas setiap hari ?
4. Biasanya bapak atau ibu mulai berjualan pada pukul berapa?
5. Apakah pasar gombek ramai pada saat tertentu?
6. Apakah bapak atau ibu masih berjualan pada hari libur atau puasa?
7. Dari mana bapak atau ibu mendapatkan barang jualan (baju bekas)?

8. Berapa harga kulaan baju-baju tersebut?
9. Apakah bapak atau ibu hanya menjual merk atau model baju tertentu?
10. Apakah ada model atau merk tertentu yang banyak diminati pembeli?
11. Model dan merk seperti apa yang sering diminati oleh para konsumen?
12. Apa bedanya baju bekas dengan baju baru?
13. Berapa rata-rata harga jual baju-baju tersebut?
14. Dari berjualan baju bekas, berapa rata-rata pendapatan bapak atau ibu setiap harinya?
15. Bagaimana strategi bapak atau ibu untuk mengembangkan usaha baju bekas ini?

PEDOMAN WAWANCARA

(Guide Interview)

“Aspek Yang Mendasari Pedagang Baju Bekas Bertahan Pada Pekerjaannya”
(Studi Deskriptif Pedagang Baju Bekas Di Pasar Gombek Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri).

Informan Tambahan

Identitas Informan

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Pendidikan Terakhir :
Jumlah Anggota Keluarga :

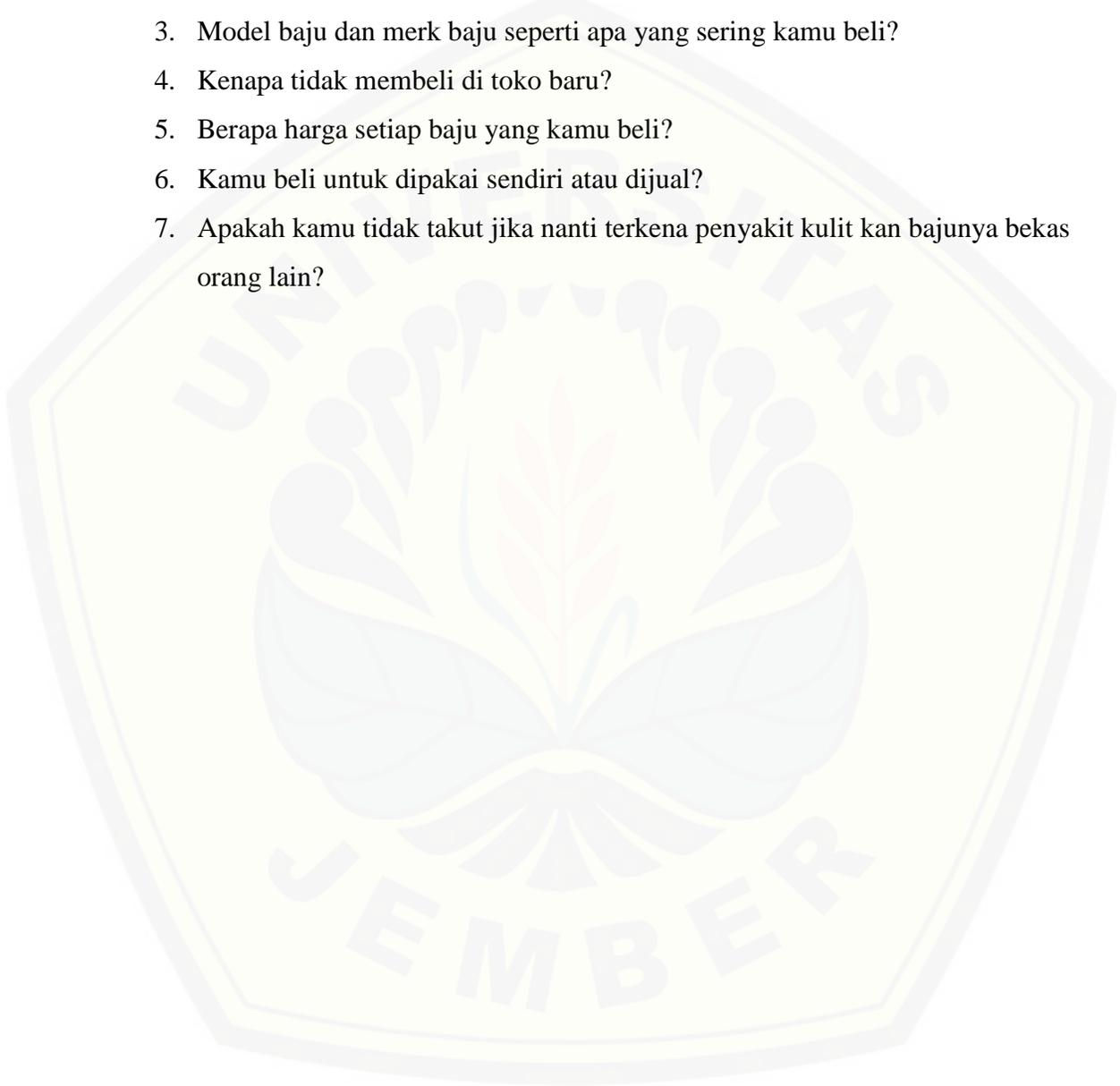
Pertanyaan Informan Tambahan

A. Masyarakat

1. Sejak kapan disini ada pasar baju bekas (gombek)?
2. Bagaimana tanggapan bapak atau ibu terhadap adanya pasar tersebut?
3. Bagaimana perkembangan pasar tersebut?
4. Apakah pasar gombek ramai pembeli setiap harinya?
5. Apakah setiap toko menjual barang-barang yang sama?
6. Setahu bapak atau ibu berapa rata-rata harga jual baju disana?
7. Apakah toko tersebut selalu menambah model dagangannya?
8. Apakah toko tersebut milik pribadi atau hanya sewa?

B. Konsumen

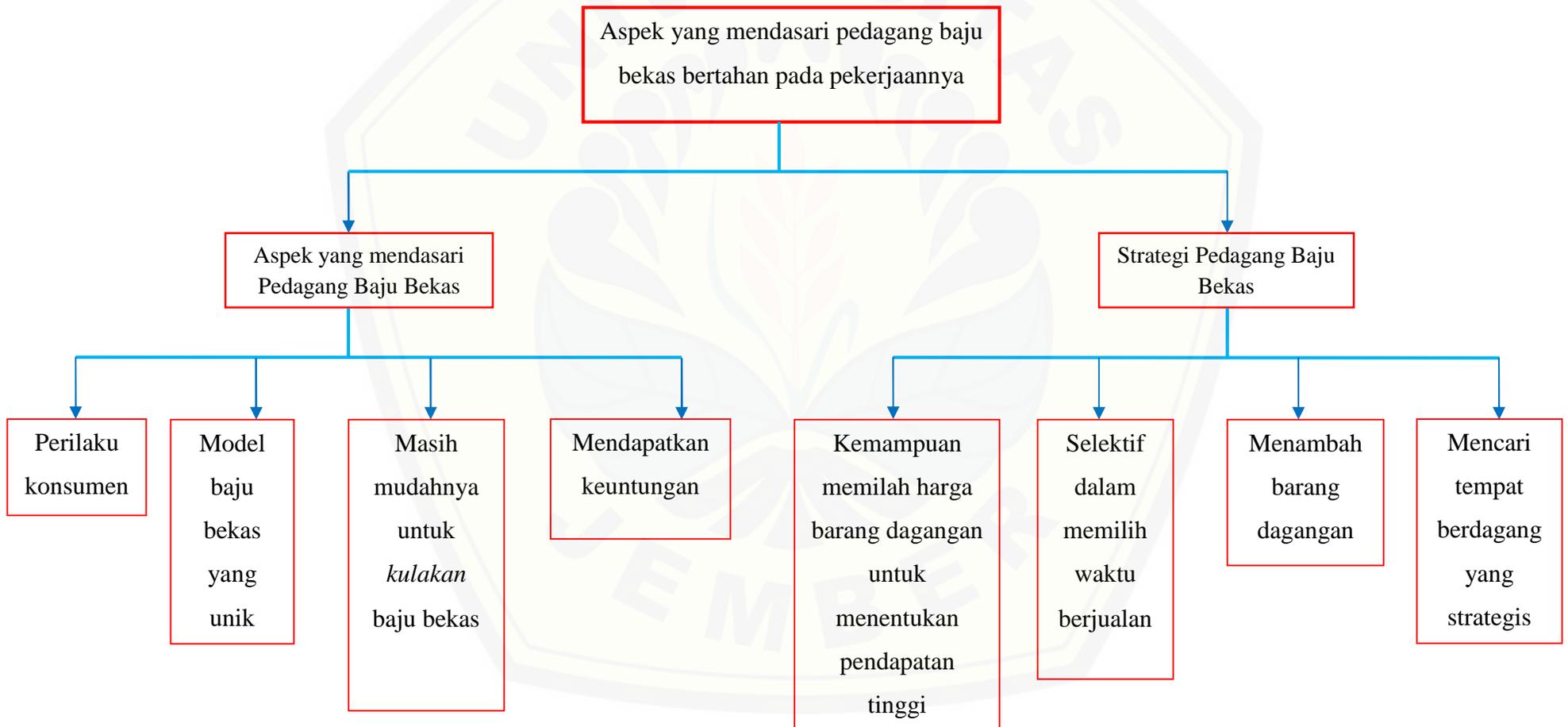
1. Sejak kapan kamu senang membeli baju bekas di pasar gombek?
2. Apa yang membuat kamu senang membeli baju bekas di pasar gombek?
3. Model baju dan merk baju seperti apa yang sering kamu beli?
4. Kenapa tidak membeli di toko baru?
5. Berapa harga setiap baju yang kamu beli?
6. Kamu beli untuk dipakai sendiri atau dijual?
7. Apakah kamu tidak takut jika nanti terkena penyakit kulit kan bajunya bekas orang lain?



Lampiran 3

TAKSONOMI PROSES

ASPEK YANG MENDASARI PEDAGANG BAJU BEKAS BERTAHAN PADA PEKERJAANNYA LOKASI DI PASAR GOMBEK DESA WONOASRI KECAMATAN GROGOL, KABUPATEN KEDIRI



Lampiran 4

TRANSKIP REDUKSI
ASPEK YANG MENDASARI PEDAGANG BAJU BEKAS BERTAHAN PADA PEKERJAANNYA LOKASI DI
PASAR GOMBEK DESA WONOASRI KECAMATAN GROGOL, KABUPATEN KEDIRI

<p style="text-align: center;">Strategi Survive Pedagang Baju Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan (Studi Deskriptif Pedagang Baju Bekas Di Sepanjang Jalan Raya Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri, Jawa Timur)</p>		<p style="text-align: center;">Transkrip Reduksi</p>
<p>Aspek yang mendasari pedagang baju bekas bertahan pada pekerjaannya</p>	<p>Perilaku konsumen</p>	<p>Informan R (19 tahun) “Saya ya mbak kalau gak pakek baju sesuai model yang lagi musim ngerasa gak pede hehe.. Soalnya temenku juga banyak yang pakek baju model-model mbak. Jadi ya saya sering beli baju bekas ini, soalnya kan harganya murah udah dapet baju merk kayak merk zara gitu selain itu saya juga bisa memiliki berbagai model baju yang lagi musim”. (27 Mei 2016)</p>

	<p>Informan G (23 tahun)</p> <p>“Saya udah lama mbak beli baju bekas di pasar Gombek ini. Awalnya dulu sih cuma ikut-ikutan temen dan aku cuma liat-liat aja. Lama-lama jadi ikut beli deh mbak hehe soalnya temenku itu bajunya bagus-bagus kalau dipakai juga bagus. Lumayankan mbak biarpun bekas tapi masih keliatan bagus dan kadang juga ada baju yang masih ada lebelnya itu, harganya juga murah mbak dari pada beli di mall hayo gak bisa milih macem-macem model hehe... Yang penting pinter milih mbak hehe..” (2 Juni 2016)</p> <p>Informan L (45 tahun)</p> <p>“Menurut aku ya mbak merk baju itu lebih penting hehe soalnya temenku banyak yang pakek baju merk-merk mbak. Di pasar gombek ini banyak baju yang bermerk kayak merk Dickies itu mbak kan merknya terkenal untuk anak remaja. Kalau udah pakek baju merk itu ya mbak pasti dikira harganya mahal hehe padahal kalau beli di pasar gombek gak sampek Rp.100.000,- sedangkan kalau beli di distro-distro gitu pasti harganya Rp.200.000,- an. Kan sayang uangnya ya mbak, mending beli di sini dapet banyak hehe..” (16 Mei 2016)</p> <p>Informan N</p> <p>“Baju bekas di pasar gombek gak selalu mengandung bakteri kok mbak, yang</p>
--	---

		<p>penting kitanya harus mencuci baju itu sampai bersih sebelum dipakek. Aku beli baju disini awalnya sih gak dipakai sendiri mbak tapi buat dijual lagi soalnya kan belinya gak mahal tapi bisa dijual mahal kalau udah keliatan rapi hehe tapi lama-lama kok ya pengen makek soalnya modelnya beda dari yang lain dan pasti gak ada yang ngembarin. Baju yang dijual dipasar gombek ini modelnya banyak mbak jadi aku seneng beli disini dari pada di tempat-tempat lainnya”.</p>
	<p>Model Baju Bekas Yang Unik</p>	<p>Informan SL “Model-model baju disini gak semuanya modle lama mbak, malah banyak yang baru-baru lo. Modelnya itu kayak model baju dulu tapi musim lagi sekarang jadi ya bisa dibidang baju bekas yang selalu mengikuti <i>tren</i> yang lagi musim hehe..”</p> <p>Informan N: “Biasanya saya suka beli emm.. baju-baju kayak kemeja sama rok-rok gitu mbak. Soalnya modelnya itu model-model <i>vintage</i> jadi kesannya model lama tapi sekarang yang lagi musim. Kan saya bisa tetap <i>eksis</i> mbak sama baju yang saya beli di pasar gombek hehe..”</p>

		<p>Informan R</p> <p>“Yang menjadi keunikan dari pasar gombek itu ya karena disana menjual baju-baju <i>vintage</i> yang unik dan murah mbak. saya udah sering beli baju disini mbak, bajunya itu tidak akan yang menyamai karenakan ya udah gak ada yang produksi lagi mbak hehe jadi kesannya lebih unik dari yang lain”.</p>
	<p>Masih Mudahnya Untuk <i>Kulakan</i> Baju Bekas</p>	<p>Informan G</p> <p>“Ada beberapa baju yang Cuma bisa ditemui di pasar gombek mbak. Kalau di mall gitu-gitu sih menurut saya ada yang beda dari segi model dan harga pastinya ya hehe..”</p> <p>Informan SL:</p> <p>“Aku kulakan klambine di kuto-kuto liyo mbak gak langsung ekspor ngono. Paling aku jupuk di Blitar karo Suroboyo <i>soalekan dikono stok e sek akeh</i>”.</p> <p>“Aku <i>kulakan</i> baju di kota-kota lain mbak gak langsung ekpor gitu. Mungkin aku ambil di Blitar sama Surabaya soalnya di sana stok baju bekasnya masih banyak”.</p> <p>Informan SY</p> <p>“Aku awale wedi mbak pas enek aturan lak gaoleh ngedol klambi bekas neh,</p>

ate kulaan klambi bekas di ndi maneh misal gaenek stok e. Tapi sampek saiki aku yo sek iso kulakan mbak, jupuk soko *kuto-kuto liyo*”.

“Aku awalnya takut mbak waktu ada aturan kalo tidak boleh menjual baju bekas lagi, mau *kulakan* baju bekas di mana lagi kalo gak ada stoknya. Tapi sampai sekarang aku ya masih bisa kulakan mbak, ambil dari kota-kota lain”.

Informan AM

“Aku sering mbak kalau harus bolak-balik keluar Kota untuk cari baju bekas yang mau saja jual lagi. Kalau saya yang langsung pergi itu pasti akan dapat barang-barang yang bagus mbak dari pada saya pesan lalu dikirim. Saya lebih suka langsung pergi ke toko yang menjual stok baju bekas yang msih banyak itu mbak, misalnya ke Blitar. Nantikan saya juga akan tau model baju bekas sama merk baju yang lagi buming atau yang lagi banyak diminati sama konsumennya.”

Informan KM

“*Aku mesti kulakan klambi di Blitar karo Malang mbak, soale dikono model-model klambine mesti apik-apik. Akeh klambi-klambi merk sen di dol bal-balan*”.

“Aku selalu *kulakan* baju di Blitar sama Malang mbak, soalnya disana model-

		model baju yang dijual selalu bagus-bagus.banyak baju-baju merk yang dijual disana”.
	Mendapatkan Keuntungan	<p>Informan SL</p> <p>“Roto-roto setiap pelanggan mesti tuku klambi luwih teko siji mbak seng digawe dewe. Seng tuku terus didol maneh pastine ya luwih akeh mbak, iso-iso tuku sampek 40 an klambi”.</p> <p>“Rata-rata setiap pelanggan selalu membeli baju lebih dari satu mbak yang dipakai sendiri. Sedangkan untuk dijual lagi pastinya ya lebih banyak mbak, bisa-bisa sampai 40 an baju”.</p> <p>Informan SY (47 tahun)</p> <p>“Aku ngedol klambi ben oleh untung akeh gak sembarang ngedol mbak, klambi kui mesti tak pilah-pilah sesuai karo kondisine ben oleh untung akeh”.</p> <p>“Aku jual baju supaya dapat untung banya gak sembarang jual mbak, baju itu selalu aku pilah-pilah sesuai dengan kondisinya supaya dapat untung banyak”. (25 Mei 2016)</p>
Strategi pedagang baju bekas	Kemampuan memilah harga barang dagangan untuk	<p>Ibu SL (45 tahun)</p> <p>“sadurung e barang daganganku digantung, mesti tak pilih regane disek mbak seng sekirane cocok karo model, merk, bahan, warna, kandel tipis e</p>

	<p>menentukan pendapatan tinggi</p>	<p>bahan klambi. Biasane ya enek klambi seng rusak utowo kancing e ilang iku tak obral mbak ben cepet payune, kadang lak sek apik tapi kancinge ilang yo tak benakne ae mbak kan lumayan hehe.. kadang klambine ya tak umbah disek mbak, seng paling utama klambi wedok. Soale langgananku akeh-akeh wedok. Tapi lak klambi lanang ya gak tak umbah mbak, penting wis ketok rapi ae hehe.. Aku lak ngadol klambi-klambi bekas iki ya gak larang-larang mbak. Roto-roto lak clono jeans aku ngedol Rp.45.000,- sampek Rp.65,000,- , kaos Rp.10.000,- sampek Rp.20.000,-, hem Rp.20.000,- sampek Rp.35.000,-, jaket Rp.30.000,- sampek Rp.45,000,- pokok e wes iso balik modal ae mbak hehe.. lek klambi seng merek regane ya tak bedakne maneh mbak. Klambi-klambi seng merk kui biasane aku ngedol luweh larang iso 2x lipat e klambi seng merk biasa kadang yo iso 3x lipat e mbak. Soko klambi-klambi seng merk kui aku iso oleh untung seng lumayan akeh mbak,soale peminat yo akeh arek enom-enom ngono kae hehe.. kadang yo wong-wong seng kulaan terus di dol maneh.”</p> <p>“sebelum barang dagangan atau baju yang saya jual di gantung, saya selalu memilah harga yang cocok untuk baju tersebut terlebih dahulu mbak sesuai dengan model, merk, bahan, warna, dan tebal tipisnya baju. Ada juga baju yang sudah rusak atau kancingnya hilang itu saya obral mbak supaya cepat laku, kadang kalau masih bagus tapi kancingnya aja yang hilang ya saya</p>
--	-------------------------------------	--

benerin mbak hehe.. Saya kalau jual baju gak pernah mahal-mahal mbak. Rata-ratanya kalau celana jeans saya jual Rp.45.000,- sampai Rp.65.000,-, kaos Rp.10.000,- sampai Rp.20.000,- , kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.35.000,-, jaket Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,- yang penting sudah bisa balik modal saja hehe.. dan kalau baju yang bermerk juga saya bedakan lagi mbak. Baju-baju merk tersebut biasanya saya jual lebih mahal bisa 2x lipatnya baju yang merk biasa kadang ya 3x lipatnya mbak. Dari baju yang bermerk itu saya biasanya bisa dapet untung yang lumayan banyak mbak, soalnya juga banyak peminatnya daripada baju yang merk biasa seperti para anak-anak muda hehe.., kadang ya orang yang membeli secara borongan untuk dijual lagi.” (26 Mei 2016)

Bapak SY (47 tahun)

“selama aku bakulan klambi bekas dikene, aku milih klambi seng pas karo regane ya gak kabeh mbak hehe.. Aku gur milih klambi seng enek merk e ae, koyok merk edwin, levis 501, wrangler, dickies, supreme, karo hem flanel. Soale klambi seng enek merk e kui biasane wes enek seng mesen mbak, dadine ya tak sisihne. Kan eman mbak lak klambi seng bermerk di dadikne siji karo merk biasa, soalekan iso oleh untung seng lumayan akeh hehe.. Lak seng liyane ya tak tumpuk dadi siji ae mbak, ngko lak enek seng minat baru

tak kei rego, soale panggone sumpek mbak hehe... Langgananku biasane yo tuku klambi borongan mbak, sak urunge tak pilihui kui wong e milih disek posisi klambi sek di karung. Ngonokui tak batesi kudu tuku 20-30 potong klambi mbak ben aku gak rugi hehe.. Soalekan ya wong e iso milih klambi sing kualitas esik apik, bahkan oleh klambi sing sik enek bandrole karo klambi merk mbak”.

“selama aku jualan baju bekas disini, saya memilah baju yang sesuai dengan harganya tidak semuanya mbak hehe.. Saya hanya memilah harga baju yang bermerk, seperti merk edwin, levis 501, wrangler, dickies, supreme, dan kemeja flanel. Soalnya baju-baju yang merk merk itu kadang sudah ada yang pesan mbak, jadi saya sisihkan. Kan sayang mbak kalau baju yang bermerk itu dijadikan satu sama baju yang merk biasa, soalnya bisa dapet untung yang lumayan banyak hehe.. Kalau yang lainnya ya saya tumpuk jadikan satu mbak, nanti kalau ada yang minat baru saya beri harga soalnya tempatnya ya sempit mbak hehe... Langgananku disini biasanya juga membeli baju dengan sistem borongan mbak, sebellum aku memilah baju yang masih ada di bal itu orangnya memilih terlebih dahulu. Kalau beli secara borongan itu saya batasi harus membeli 20-30 potong baju mbak supaya saya gak rugi juga hehe..Soalnya ya orangnya bisa memilih baju yang kualitasnya masih bagus, bahkan dapat baju yang masih ada

		<p>bandrolnya dama baju yang bermerk mbak”. (25 Mei 2016)</p> <p>Bapak AM (49 tahun)</p> <p>“aku selama sembilan tahun jualan baju bekas di sini ya lebih suka memilah harga setiap bajunya mbak, supaya tidak bingung dan kalau ada yang membantu nanti tidak perlu bingung menanyakan harganya. Terutamanya saya memilah baju sesuai dengan merknya, baru selanjutnya saya pilah sesuai dengan model, warna, dan bahannya. Kalau baju yang bermerk selalu saya jual lebih mahal sesuai pasarannya mbak hehe..., sedangkan baju yang merk biasa saya jual dengan harga yang lebih murah dan ada juga yang saya obral supaya dapat menarik minat para pelanggan atau pembeli dan cepat kembali modal. Selain itu kan ya mbak nanti kalau sudah ada harganya di setiap baju para pembeli tidak perlu menanyakan lagi harganya, bila mereka cocok dengan harga dan modelnya tinggal langsung ambil.” (12 Juni 2016)</p> <p>Bapak KM (52 tahun)</p> <p>“aku lak milih klambi gak kabeh klambi mbak, sak deret gantungan iku tak kei rego mulai paling murah sampek paling larang. Awale aku bedakne merk e di setiap klambi karo layak ogak e klambi kui digae mbak, lagek ngko tergantung model, warna, karo bahan e. Lak klambi seng bermerk dikene</p>
--	--	--

mesti akeh peminat dadi ya regane rodok larang mbak, kadang yo wis enek seng mesen disek. Dadi lak klambi seng bermerk opomaneh seng akeh disenengi karo bocah enom-enom ngono kae ya pasti cepet entek mbak hehe..Aku lak ngedol ya gak larang mbak, tergantung pasarane klambi di kene. Lak kaos aku ngedol e Rp.10.000,- sampai Rp.15.000,-, hem Rp.20.000,- sampai Rp.25.000,-, jacket Rp.30.000,- sampai Rp.35.000,-, celana jeans Rp.45.000,- sampai Rp. 55.000,-, celana katun Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-, lak klambi seng bermerk iso ngedol 3x lipat teko rego klambi seng merk biasa. Koyok celono merk levis 501 iku iso didol mulai rego Rp.75.000,- sampek Rp.200.000 ewu mbak tergantung cacat ogak e. Lak hem flanel asli iku iso sekitar Rp.75.000,- sampek Rp.125.000,- mbak. sedangkan jacket jeans seng merk edwin utowo wrangler iku regone iso Rp.100.000,- sampek Rp.175.000,- mbak.”

“aku kalo memilah baju gak disetiap baju mbak, disatu deret gantungan itu aku kasih harga yang dimulai dari harga termurah sampai termahal. Awalnya aku membedakan merknya pada setiap baju dan layak tidaknya baju itu dipakai mbak, baru nanti tergantung sama model, warna, dan bahannya. Kalau baju yang bermerk disini pasti banyak peminatnya jadi harganya lebih mahal, kadang juga ada yang memesannya terlebih dahulu. Jadi kalau baju yang bermerk utamanya yang banyak digemari sama anak-anak muda pasti

cepat laku mbak hehe.. Aku jualnya ya gak mahal mbak, tergantung pasarannya baju disini. Kalau kaos aku jualnya Rp.10.000,- sampai Rp.15.000,-, kemeja Rp.20.000,- sampai Rp.25.000,-, jacket Rp.30.000,- sampai Rp.35.000,- ,celana jeans Rp.45.000,- sampai Rp.55.000,- celana katun Rp.30.000,- sampai Rp.45.000,-, dan kalau baju yang bermerk bisa tiga kalilipat harganya mbak dari harga baju yang biasa. Kayak celana merk levis 501 itu bisa di jual mulai harga Rp.75.000,- sampai Rp.200.000,- mbak tergantung cacat tidaknya. Sedangkan kemeja flanel yang asli itu bisa sekitar Rp.75.000,- samapi Rp.125.000,- mbak. Dan kalau jacket jeans yang merk edwin atau wrangler itu bisa seharga Rp.100.000,- sampaiRp.175.000,-.” (12 Juni 2016)

Bapak RL (49 tahun)

“kalau soal harga kadang aku kasih kadang ya enggak mbak, yang utama aku selalu memilah setiap model baju, bahan, dan jenisnya pasti tidak jauh beda dari ruko-ruko yang lainnya. Kalau udah aku pilah gitu nanti gantungannya yang aku pisah-pisah sesuai model, bahan, dan jenisnya itu mbak. Baju-baju yang ber merk baru aku kasih harga mbak hehe.. Harganya ya sesuai dengan merknya mbak, bajunya sudah jelekpun kalau merknya banyak yang minat ya masih mahal. Celana merk Levis 105 aku jualnya mulai dari harga

		<p>Rp.100.000,- sampai Rp.150.000,- merk edwin Rp.75.000,- samapi Rp.130.000,- merk wrangler Rp.90.000,- sampai Rp.145.000,-. Pokok kalau di sini itu kebanyakan yang laku baju yang bermerk itu mbak.” (15 Juni)</p>
	<p>Selektif dalam memilih waktu berjualan</p>	<p>Ibu SL (45 tahun)</p> <p>“aku bukak toko jam piro e gak mesti mbak, lak enek barang seng perlu dibongkar yabukak e isuk sekitar jam 07.00 WIB. Tapi lak karek resik-resik karo ngrapekne klambi ya bukak e jam 08.00 WIB an. Kerep e aku bukak jam 08.00 isuk mbak, podo karo toko seng liyane tutup e ya jam 18.30 WIB. Soale lak bukak isuk-isuk iku kadang males mbak, sek sepi seng tuku hehe.. Di kene iki ramene pas dino prei karo pas dino besar mbak dadine lak pas dino prei iso bukak luweh pagi tutup e ya luwih sore mbak. Pas prei ngono kae aku biasane di ewangi bojoku karo anakku mbak pas podo preine. Lak pas dino biasa ngene ya santai mbak, lak jam 18.00 wis sepi kadang-kadang ya wis tutup ae hehe.. pas dino senin sampek Kamis kui ramene jam 11.00 an awan mbak sampek jam 14.00 kadang-kadang, utowo pas wong-wong karo bocah-bocah mulih sekolah.”</p> <p>“saya buka ruko jam berapa tidak pasti mbak, kalo ada barang yang perlu</p>

dibongkar dan dipilah-pilah sesuai jenis atau harganya ya buka lebih pagi sekitar jam 07.00 WIB. Tapi kalau tinggal bersih-bersih dan merapikan baju ya buka jam 08.00 WIB. Seringnya saya buka jam 08.00 pagi mbak, sama dengan ruko yang lainnya dan tutupnya jam 18.30 WIB. Soalnya kalau buka terlalu pagi biasanya malas mbak, yang beli juga masih sepi hehe.. Di sini itu ramainya pas hari libur atau hari besar gitu mbak jadi pas hari-hari itu bisa buka lebih pagi dan tutupnya lebih sore. Pas hari libur saya sering dibantu suami dan anak saya mbak kalo mereka libur kerja dan sekolah aja. Kalo hari-hari biasa gini ya santai mbak, kalo jam 18.00 udah keliatan sepi kadang-kadang ya tutup aja hehe.. Mulai hari senin sampai hari kamis itu ramainya jam 11.00 an siang mbak sampai jam 14.00 gitu kadang-kadang, atau pas orang-orang dan anak-anak pulang sekolah.” (25 Mei 2016)

Bapak SY (47 tahun)

“aku biasa bukak jam 08.00 WIB sampek jam 19.00 WIB, tapi biasane ya bukak luwih isuk jam 07.00 WIB isuk mbak lak mulih e ya tetep jam 19.00 WIB podo koyok liyane. Tapi lak pas dino libur utowo dino-dino besar koyok pas arepe riyoyo bukaku ya ajek isuk mbak soale pas rame-ramene dadi koyok disik-disikan golek pelanggan hehe.. Pas dino biasa di kene

ramene sekitar jam sepuluh sampek jam loro an mbak ajek e. Tapi lak pas dino libur ya ajek teko gak iso di tentokne. Pas rame aku bakulan biasane diewangi karo anakku mbak.”

“aku biasa jualan jam 08.00 WIB sampai jam 19.00 WIB mbak, tapi biasanya ya buka lebih pagi sekitar jam tujuh kalau pulangny tetap jam 19.00 WIB sama seperti yang lainnya. Sedangkan pas hari libur atau hari-hari besar seperti saat mau lebaran, saya buka selalu pagi mbak soalnya pas ramai-ramainya jadi kayak cepet-cepetan cari pelanggan mbak hehe.. Waktu hari biasa disini ramainya sekitar jam sepuluh sampai jam dua siang mbak. Tapi kalau pas hari libur ya selalu ramai tidak bisa di tentukan. Kalau pas ramai saya jualan biasanya dibantu sama anakku mbak.” (25 Mei 2016)

Bapak AM (49 tahun)

“aku datang di ruko jam 07.00 WIB mbak paling siang ya jam 07.30 WIB soalnya harus beres-beres baju yang mau di jual dulu mbak dan memilah-milah sesuai bahan serta harganya. Aku jualan baju bekas ini sendiri mbak, tapi kalau pas hari besar gitu biasanya saya cari karyawan biar ada yang bantu-bantu hehe.. Soalnya istriku jualan di rumah mbak sambil nunggu anak-anak. Aku tutup tokonya jam 19.00 WIB mbak sama kayak yang

lainnya, tapi kalau masih ada pembeli atau pelanggan biasanya juga bisa molor agak sore, kan lumayan mbak bisa nambah pelanggan juga hehe..” (12 Juni 2016)

Bapak KM (52 tahun)

“aku bukak toko mesti jam 08.00 WIB mbak, lak tutup e ya tergantung sepi opo ramene wong tuku soale lak jik rame wong ngono kae eman arep tutup hehe.., kadang ya resik-resik disek baru tutup mbak ben sesok isuk iso rodok santai. Aku lak tutup toko biasane jam 19.30 WIB mbak, lak enek wong tuku ya nunggu sek iso-iso luweh sore. Aku biasane lak bakulan diewangi karo anakku pas cae wis muleh sekolah mbak.”

“aku buka rukonya selalu jam 08.00 WIB mbak, kalau tutupnya tergantung sepi ramainya pembeli soalnya kalau masih ramai orang sayang mau ditutup hehe.. dan kalau sudah selesai beres-beres baru saya tutup mbak biar besok paginya bisa agak santai. Kalau tutup ruko saya biasanya jam 19.30 WIB mbak, kalau masih ada pembeli ya bisa lebih sore. Saya biasanya jualan dibantu sama anak saya kalau sudah pulang sekolah.” (12 Juni2016)

		<p>Bapak RL (49 tahun)</p> <p>“saya kalau buka ruko biasanya jam 08.00 WIB mbak, bisa molor dan bisa kurang. Tapi kalau berangkat dari rumah saya selalu jam 07.00 WIB karena rumah sama ruko saya tempat berjualan tidak dekat. Kalau saya sudah selesai membereskan ruko yang dalam baru saya membuka ruko sembari menata baju yang di gantung di depan dan menyapu mbak. Kalau tutupnya saya tergantung sepi ramainya pembeli mbak, kalo udah sepi gt kadang ya saya tutup aja mbak soalnya males gak ada kerjaan hehe.. Saat hari senin sampai kamis biasanya 18.30 WIB sudah tutup mbak soalnya agak sepi, tapi kalau pas hari libur biasa tutup jam 19.00 WIB. Rata-rata saya berjualan di ruko itu delapan jam mbak. Saat hari libur biasanya saya di bantu keponakan saya mbak biar gak bingung kalau pas ramai.”(15 Juni 2016)</p>
	<p>Menambah model barang dagangan</p>	<p>Ibu SL (45 tahun)</p> <p>“seng sering teko di tokoku iki roto-roto wong wedok-wedok mbak. Dadine aku akeh e ngedol klambine wong wedok, mulai ko kaos, hem wedok, rok panjang utowo pendek, celono dowo utowo pendek, jaket-jaket wedok seng paling utama jaket jeans iku mbak cepet payune, topi, tas, sabuk. Tapi saitik-saitik aku ya nyepak i barang e wong lanang mbak seng biasane sering payu koyok celono karo hem, seng paling utama ya klambi merk iku. Lak pas dino</p>

prei ngonokae stok daganganku mesti tak tambahi mbak ben ketok akeh hehe.. seng anyar-anyar tak seleh ngarep mbak ben ketok apik barang-barangku dadine iso nambah pelanggan. Misal barangku ketok kosong mesti langsung taktambahi mbak ben pelanggan e tetep tuku di aku hehe.. Roto-roto klambi dikene iki ya musiman mbak, daadine ya kudu pinter milih klambi dadi pedagang iki kan selerane uwong ya bedo-bedo mbak.”

“yang sering beli atau datang di tokoku ini rata-rata perempuan mbak. jadinya aku banyak menjual baju perempuan, mulai dari kaos, kemeja perempuan, rok panjang, atau pendek, celana panjang atau pendek, jaket-jaket perempuan utamanya jaket jeans yang banyak laku, topi, tas, sabuk. Tapi sedikit-sedikit aku ya menyiapkan barangnya orang laki-laki mbak, yang sering laku itu celana sama kemeja, yang paling utama ya baju yang bermerk itu. Kalau pas hari libur gitu stok daganganku sering aku tambah mbak supaya kelihatan banyak hehe.. yang baru-baru aku taruh depan mbak supaya kelihatan bagus barang-barangku jadinya bisa menambah pelanggan. Misal barangku kelihatan kosong langsung aku tambahi mbak supaya pelanggannya tetap beli di sini hehe.. rata-rata baju disini itu ya musiman mbak, jadinya ya harus pintarmemilih baju jadi pedagang ini kan seleranya orang beda-beda mbak.” (25 Mei 2016)

		<p>Bapak SY (47 tahun)</p> <p>“aku dikene gur bakulan klambi lanang ae mbak soale akeh-akeh pelangganku lanang. Seng tak dol iku mulai teko celono katun, celono jeans, celono kempol utowo bomber, kaos, kemeja, jaket, switer, karo jaket kulit. Lak di tokoku iki akeh-akeh peminat e iku celono karo jaket mbak, dadi lak enek model anyar pasti aku langsung goleh utowo kulaan gae didol maneh mbak”</p> <p>“aku disini cuma jual baju laki-laki aja mbak soalnya kebanyakan pelangganku laki-laki. Yang aku jual itu kebanyakan celana katun, celana jeans, celana kempol atau bomber, kaos, kemeja, jaket jeans, switer, dan jaket kulit. Kalo di rukoku kebanyakan peminatnya itu celana sama jaket mbak, jadi kalau ada model terbaru aku pasti langsung cari atau kulaan untuk dijual lagi.”(25 Mei 2016)</p> <p>Bapak AM (49 tahun)</p> <p>“ya baju-baju yang aku jula itu cuma baju laki-laki aja mbak soalnya itu aja untungnya sudah lumayan. Macam-macam baju sesuai model dan merk kadang ada di ruko saya mbak. Merk-merk seperti levis 501, stussy, edwin, wrangler, dickies, dan kemeja flanel itu banyak peminatnya bak anak-anak muda itu. Kadang ada juga mbak yang mintak di carikan baju merk ini itu,</p>
--	--	---

kalau ada ya saya sisihkan dulu. Mulai dari berbagai model kaos, kemeja, clana, jacket, dan rompi-rompi cowok gitu ada di ruko saya mbak. Saya usahakan bisa selalu mengikuti tren anak-anak muda ini mbak biar pelanggannya bertambah hehe.. Untungnya lo ya mbak baju-baju bekas yang saya kulak itu modelnya ya selalu baru-baru kadang juga adayang masih ada bandrolnya.” (12 Mei 2016)

Bapak KM (52 tahun)

“aku nyetok klambi-klambi seng tak dol gak pernahnunggu sampek entek disek baru nambah barang daganganku mbak, lak pas eek model-model anyar ngono kae aku ya kulaan maneh. Seng paling utama pas dino prei karo dino besar soale bakal rame seng tuku mbak, kan lumayan hehe.. aku di kene bakulan macem-macem model klambi mbak mulai teko klambine wong lanang, wedok, wong tuwek, cah enom-enom, karo jaket-jaket cah cilik. Seng sering payu di kene iki ya klambi seng modele lagi usum mbak karo klambi-klambi merk. Dadine iku seng tak utamakne mbak ben langgananku gak golek di bakul-bakul liyane hehe..”

“saya menyetok baju-baju yang akan dijual lagi itu gak nunggu sampai habisnya barang dulu mbak, kalau pas ada model baru itu aku ya kulaan lagi mbak. Yang paling utama itu waktu hari libur sama hari besar soalnya pasti

		<p>ramai pembeli mbak, kan lumayan hehe... Aku disini jualannya macem-macem model baju mbak mulai dari baju orang laki-laki, perempuan, orang dewasa, anak muda, dan jaket anak kecil. Yang sering laku disini itu ya baju yang modelnya lagi musim mbak sama baju-baju yang ada merknya. Jadi itu yang aku utamakan mbak supaya langgananku gak cari di penjual-penjual lainnya hehe.. “ (12 Mei 2016)</p> <p>Bapak RL (49 tahun)</p> <p>“aku disini itu jual macem-macem baju bekas mbak, ada kemeja, kaos, celana, jaket, topi, tas, slimut, dan boneka-boneka itu kadang juga ada. Dari pakaian ibu-ibu, anak, anak, bapak-bapak, anak dewasa aku jual mbak. Aku mikirnya itu kalau pas ada orang yang cari barang-barang itu sudah ada di toko saya ini dan bisa punya langganan yang banyak. Apalagi kalapas hari libur gitu mbak, barang-barang pasti penuh hehe.. soalnya pas hari libur para pembeli banyak mbak, pedagang baju bekas disini rata-rata bisa dapet untung dua kali lipat dari hari biasanya”. (15 Juni 2016)</p>
		<p>Ibu SL (45 tahun)</p> <p>“aku kat awal bakulan klambi bekas ya di kene wis mbak. aku milih bakulan klambi di pasar gombek soale pasar iki wis terkenal pasar sing ngedol</p>

klambi-klambi bekas. Aku bakulan di kene ya gak sembarang panggon mbak. aku golek panggon seng sekirane ketok wong ben iso dadi jujukan langsung hehe.. di kene iki aku nyewo toko seng di gae bakulan mbak, soale jarak omahku ko kene ya lumayan adoh. Misal bakulan di omh jane ya enek panggon mbak, cuman kan gak kiro enek seng ngerti mbak paling seng ngerti ya gur tonggo-tonggo hehe..”

“aku dari awal jualan baju bekas ya di sini sudah mbak. aku memilih jualan baju bekas di pasar gombek soalnya pasar ini sudah terkenal sebagai pasar yang menjual baju-baju baru. Aku jualan disini ya gak disembarang tempat mbak. aku mencari tempat yang terlihat oleh orang banyak supaya bisa jadi tempat utama orang berkunjung mbak hehe.. ddi sini ini aku menyewa toko yang dipakai untuk jualan mbak, soalnya jarak rumahku dari sini ya lumayan jauh. Jika jualan di rumah sebenarnya ya ada tempat mbak, cuman ya gak mungkin ada yang tau mbak mungkin yang tau ya cuma tetangga-tetangga sekitar desa hehe.. (25 Mei 2016)

Bapak SY (47 tahun)

“omahku masuk-masuk gang cilik mbak, gak enek lahan gae bakulan. Dadine aku ya kuduk golek panggon seng sekirane bakal diparani wong akeh misal pengen daganganku payu. Aku bakulan di pasar gombek iki karo

nyewo toko di kene mbak gae bakulan klambi-klambi iki. Iki tokone tonggoku mbak, dadaine aku oleh rego ya lumayan murah hehe..”

“rumahku itu masuk-masuk gang kecil mbak, gak ada lahan juga kalau untuk jualan dirumah. Jadinya ya aku harus cari tempat yang terlihat strategis sehingga banyak orang yang berkunjung supaya daganganku cepat laku. Iki jualan di sini dengan menyewa toko mbak untuk tempat berjualan baju-baju ini. Ini toko milik tetangga rumah mbak, jadinya aku dapet harga yang lumayan murah hehe..” (25 Mei 2016)

Bapak AM (49 tahun)

“menurut saya pasar gombek ini merupakan tempat yang strategis untuk berjualan baju bekas mbak, soalnya sudah banyak masyarakat yang tau mengenai keberadaan pasar yang menjual baju-baju bekas ini dan yang diherankan lagi peminatnya selalu ada saja yang datang. Sampai-sampai disini aku jualan baju bekas dengan menyewa ruko mbak meskipun kecil-kecilan hehe.. soalnya waktu itu saya mau menyewa toko aja tidak ada mbak jadi ya sekalian saja saya pindah tinggal disini heee.. sebenarnya sih rumah saya juga tidak jauh dari sini mbak mungkin sekitar 30 menit, tapikan ya pegel ya mbak kalau harus bolak-balik kerumah dengan membawa barang-barang dagangan kalau gak nyewa tempat sendiri. Tempat saya jualan ini ya

lumayan strategis mbak soalnya ada di tengah-tengah pedagang baju bekas lainnya. Dan saya melayani langganan bisa kapan saja meskipun ruko saya ini sudah tutup, kadang itu langganan saya kalau sms mau liat-liat baju ya saya layani mbak kalau saya lagi gak sibuk, kan lumayan mbak hehe.. Disini saya tinggal juga tidak sendiri mbak, aku tinggal bareng istri sama anak, jadi ya kaya rumah sendiri sudah mbak hehe..” (12 Juni 2015)

Bapak KM (52 tahun)

“pasar gombek ancen wes terkenal karo pedagang klambi-klambi bekas e mbak. Misal bakol di pasar iki kok gak nyewo panggon gae dodolan ya panggah kurang pas mbak, soale mayoritas bakul klambi bekas dikene iku nyewo panggon gae bakulan utowo toko. Aku nyewo toko iki wis enek 5 tahun mbak, sak durung e aku bakulan di pinggir jalan karo gae gubuk cilik-cilik an pokok gak kepanasen hehe... Tapi hasil e seng tak rasakne bedo mbak, sak wise nyewo toko hasil teko dodolan klambi iki iso luwih lumayan”.

“pasar gombek memang sudah terkenal dengan pedagang baju bekasnya mbak. Misal jualan di pasar ini tapi tidak menyewa tempat untuk berjualan ya tetap kurang menarik minat para pembeli mbak, soalnya mayoritas penjual baju bekas disini itu menyewa tempat untuk berjualan atau toko.

		<p>Saya menyewa toko ini sudah aada 5 tahun lamanya mbak, sebelumnya aku jualan di pinggir jalan dengan membuat gubuk kecil-kecilan yang penting tidak terkena panas hehe.. tapi hasilnya yang saya rasakan beda mbak, sesudahnya menyewa toko ini hasil dari jualan baju bekas bisa lebih banyak”. (12 Juni 2016)</p> <p>Bapak RL (49 tahun)</p> <p>“dari awal aku jualan baju bekas udah meenyewa toko untuk tempat berjualan mbak. karena mencari tempat yang strategis merupakan salah satu cara saya untuk menarik minat para pembeli disini”. (15 Juni 2016)</p>
--	--	--

Lampiran 5 : Surat-Surat



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan – Kampus Tegayboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586
Jember 68121 Email: disipkg@unej.ac.id

Nomor : 1170/UN25.1.2/LT/2016
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

14 April 2016

Yth. Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Jember
Jember

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang akan menyelesaikan studinya, diwajibkan untuk menyelesaikan Skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Saudara memperkenankan mahasiswa kami :

Nama : Niti Ayuandari
NIM : 120910301012
Jurusan/Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial

Untuk melaksanakan penelitian pada pedagang baju bekas di sepanjang jalan raya Gringing kecamatan Grogol kabupaten Kediri dengan lama penelitian 2 (dua) bulan. Adapun tujuan penelitian untuk mendapatkan data penyelesaian skripsi dengan judul "Strategi Survive Pedagang Baju Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan".

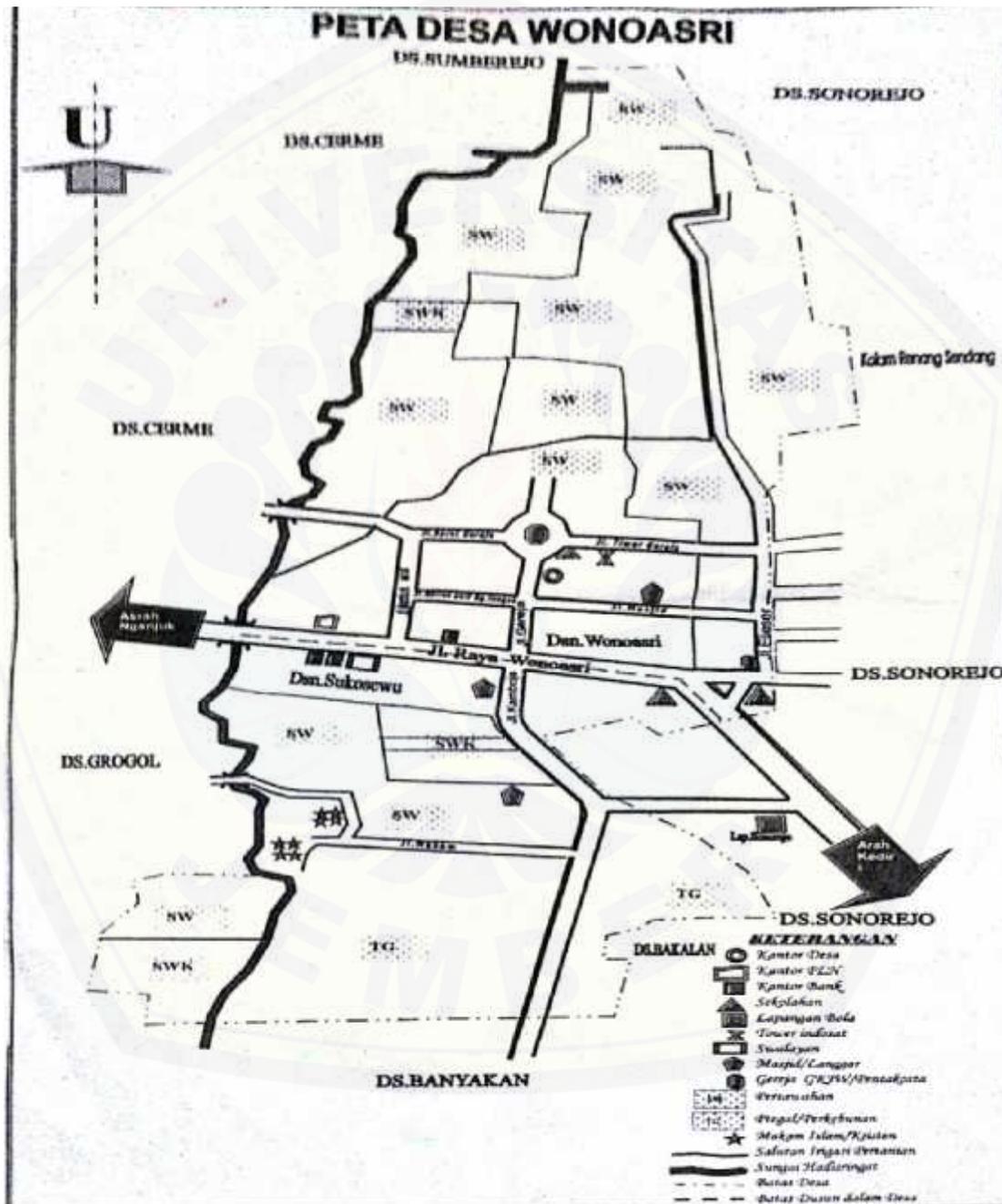
Atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,



Drs. Himawan Bayu Patriadi, M.A, Ph.D.
NIP 19610828 199201 1 001

Lampiran 6 : Foto-Foto



Gambar 1 : Peta Desa Wonoasri Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri



Gambar 2 : Himbauan Sebelum Menggunakan Baju Bekas



Gambar 3 : Pedagang Baju Bekas Yang berjualan Dipinggir Jalan Dan Di Depan Rumah



Gambar 4 : Wawancara Dengan Informan SL



Gambar 5 : Wawancara Dengan Informan AM



Gambar 6 : Baju Bekas Yang Digantung





Gambar 7 : Keramaian Pasar Gombek



Gambar 8 : Baju Bekas Yang diobral