

INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK PADA USAHA PAKAIAN BEKAS

Ricco Marcello¹ & Vewawati²

¹Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: ricco.125200237@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: vewawati@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

According to the editors of OCBC NISP (2021) *thrift means thrifty, more precisely, thrift is a behavior that pays close attention to how much money is spent to buy an item. So that it can be said, thrifting is a collection of items that are owned by someone and are no longer used. These goods are then traded and can be reused by other people. In other words, thrifting is a business of buying and selling used goods. In this thrifting business, it's not only used goods from well-known brands that can be traded. As long as the used goods are still functioning properly and the quality is quite decent, then they may do business. Apart from that, thrifting is one of the right solutions for you when you are looking for items with the price, size, and model you want, even limited editions.*

Keywords: Thrift, Thrifting, Fashion, Used Clothing

ABSTRAK

Menurut Redaksi OCBC NISP (2021) *thrift* berarti hemat, lebih tepatnya lagi *thrift* merupakan perilaku yang sangat memperhatikan berapa jumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli suatu barang. Sehingga bisa dikatakan, *thrifting* adalah kumpulan barang yang dimiliki seseorang dan sudah tidak terpakai lagi (bekas). Barang-barang tersebut lalu diperjualbelikan dan dapat dipakai kembali oleh orang lain. Dengan demikian, *thrifting* adalah bisnis jual beli barang bekas. Pada usaha *thrifting* ini, bukan hanya barang-barang bekas dari merek ternama saja yang bisa diperjualbelikan. Selagi barang bekas tersebut masih berfungsi dengan baik dan kualitasnya cukup layak, maka boleh dibisniskan. *Thrifting* merupakan salah satu solusi tepat bagi seseorang ketika sedang mencari barang dengan harga, ukuran, dan model yang diinginkan bahkan barang yang *limited edition*.

Kata Kunci: Hemat, Penghematan, Mode Busana, Busana Bekas

1. PENDAHULUAN

Menurut Grant (2022), *startup* adalah perusahaan rintisan yang didirikan oleh satu atau banyak orang untuk mengembangkan sebuah produk atau layanan unik yang sesuai dengan target pasar. Jenis usaha ini cenderung menggunakan sistem *online* untuk memasarkan ataupun mengenalkan produk dan layanannya serta memiliki potensi pertumbuhan yang sangat tinggi. Menurut Kristomuljono (2022) *startup* hadir seiring dengan perkembangan teknologi yang terjadi sekitar tahun 1998 hingga 2000an dan ditandai dengan munculnya fenomena *bubble dot com*. *Bubble dot com* merupakan perusahaan berbasis teknologi internet di Amerika yang cukup banyak menarik investor karena menciptakan *website* perusahaannya sendiri dengan nama *domain dot com*. Hal tersebut kemudian meningkatkan nilai saham perusahaan tersebut menjadi lebih tinggi. Pada masa itu, internet merupakan salah satu hal yang baru dan dianggap bahwa akan terjadi kemajuan yang pesat pada dunia bisnis pada masa mendatang. Pada awal kemunculannya, *startup* berfokus pada pengenalan produk ke masyarakat serta membentuk kepercayaan. Cara yang dilakukan adalah dengan memberikan diskon, pemasangan iklan, dan berbagai bentuk pemasaran lainnya secara besar-besaran.

Mendirikan sebuah perusahaan tentu bukan perkara mudah, terutama untuk mendapatkan pendanaan. Bagaimana dengan *startup*? Menurut BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria),

dibandingkan dengan perusahaan tradisional lainnya, usaha *startup* cenderung mendapatkan dana dengan lebih mudah, karena *startup* memberikan pengaruh yang besar terhadap kegiatan ekonomi. Perusahaan *startup* identik dengan mengandalkan investor ataupun *venture capital* untuk mendapatkan dana yang besar. Selain itu, saat ini sudah banyak sekali program-program dari Pemerintah yang menyediakan kucuran dana bagi *startup* yang baru merintis dari awal, di antaranya adalah PPBT (Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi) dan CPPBT (Calon Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi) (Adieb, 2022).

Menurut Taniwan, *thrift* dan kata-kata lain yang serupa mulai populer setelah adanya tren gaya tahun retro, yakni tahun 1980an sampai dengan tahun 1990an. *Thrift* artinya adalah barang bekas atau *secondhand* yang masih dalam kondisi layak untuk dipakai; bisa berupa pakaian, elektronik, atau benda-benda antik lainnya. *Thrift* juga mencakup produk sisa ekspor/impor yang tidak terjual dalam jangka waktu lama. *Thrift* adalah kegiatan dimana seseorang mencari dan berbelanja barang bekas. Bagi sebagian orang, kegiatan *thrift* merupakan kegiatan yang menyenangkan, yang meliputi proses mencari dan menemukan barang bekas dengan kondisi yang masih bagus, minim cacat, bahkan ada yang kondisinya seperti baru. *Thrift shop* adalah toko yang menjual semua produk *thrift*.

Menurut CNN Indonesia (2022), berdasarkan sejarahnya di dunia, *culture thrifting* sebenarnya sudah dimulai sejak lebih dari satu abad lalu. Pada akhir abad ke-19, berbagai wilayah di Amerika Serikat mengalami pertumbuhan yang pesat. Revolusi industri memperkenalkan produksi massal pakaian yang dianggap banyak orang sebagai sekali pakai. Akibatnya, banyak barang yang kemudian dibuang. Dalam periode inilah, gerakan barang-barang *second-hand* pun bermunculan dalam upaya menemukan kegunaan baru dari sebuah barang. Organisasi *Goodwill and The Salvation Army* kala itu berperan besar mengembangkan konsep *thrift*. Mereka mengumpulkan baju-baju bekas untuk kemudian dijual kepada para imigran dengan harga yang jauh lebih murah. Namun, pada saat itu pakaian bekas masih mendapatkan stigma negatif. Pakaian bekas dianggap sebagai tanda ekonomi yang terhimpit. Hal ini dikarenakan pengguna pakaian bekas umumnya merupakan imigran yang datang untuk mencari peruntungan ke Amerika Serikat. Tren *thrift* semakin berkembang pada era *grunge* mulai diminati. Kurt Cobain, sebagai panutan remaja kala itu, mempopulerkan dandanan dengan kaus bolong, kemeja flanel, dan celana jeans yang sobek. Sedangkan, di Indonesia sendiri, budaya belanja baju bekas diperkirakan telah ada sejak 1980-an.

Dalam pemakaian bahasa, kata boros sering dikonotasikan dengan konsumtivisme (Wadji, 2022). Kemudian, terjadi pemaknaan yang berlawanan antara boros dan sederhana sebagai sifat *consumers*. Istilah untuk pemborosan dikenal dengan “konsumtivisme” yang berlawanan dengan “konsumerisme”, yaitu gerakan konsumen akibat perilaku pelaku usaha yang tidak jujur (*fair*). Kata “boros” dalam Kamus Inggris-Indonesia, adalah *wasteful* (boros, royal), *extravagant* (berlebih-lebihan, mewah) dan *lavish* (menghambur-hamburkan). Konsumtivisme kata dasarnya adalah konsum yang diambil dari Bahasa Inggris yaitu *consume* yang berarti memanfaatkan atau menghabiskan daya guna suatu barang atau jasa. Manusia pada dasarnya memang secara alami merupakan konsumen atau pelaku yang memanfaatkan daya guna suatu barang atau jasa. Namun demikian pada perkembangannya, budaya mengkonsumsi atau konsumtivisme dimanfaatkan oleh ideologi kapitalisme sebagai penopangnya yang kemudian menerabas kearifan-kearifan manusia yang lain. Kearifan-kearifan yang diterabas oleh budaya konsumtivisme adalah kapasitas manusia untuk berpikir kritis dan berbagi.

Menurut Soeparyono (2022), *thrift shop* adalah toko atau usaha yang menjual barang-barang bekas dari luar maupun dalam negeri, yang disebut juga sebagai toko penghematan. Sejak tahun 2013,

perdagangan barang bekas mulai masuk ke Indonesia, dimulai dari barang langka hingga barang dengan *brand* yang terkenal. Produk yang sering dijual adalah pakaian. Ada juga produk bekas seperti buku dan furnitur bahkan barang elektronik yang masih bagus. Toko seperti ini berjualan untuk tujuan amal. Biasanya *thrift shop* dibuka dalam rangka mengumpulkan uang untuk amal. Pengertian kata *thrift* dalam bahasa Inggris artinya adalah penghematan. Menurut *Cambridge Dictionary*, *thrift* artinya menggunakan uang secara hati-hati, terutama untuk menghindari pemborosan. Sedangkan, pengertian dari kata *thrifting* adalah aktivitas membeli barang bekas dengan tujuan untuk dipakai kembali. Konsumen yang melakukan *thrifting* berpikir melakukannya untuk penghematan. Ada juga yang bertujuan untuk daur ulang agar tidak menambah sampah di bumi. Melalui *thrifting*, dapat memperpanjang usia suatu barang sehingga menekan budaya konsumtivisme. Adapun konsumtivisme adalah gaya hidup suka berbelanja tetapi sering kali tidak berguna atau hanya menumpuk barang.

Berdasarkan pemikiran mengenai penghematan dan dalam rangka memperpanjang usia kegunaan suatu barang serta untuk mengurangi sampah tekstil, maka kegiatan kewirausahaan yang akan dilakukan adalah membuka usaha *thrift shop*. Kegiatan kewirausahaan ini merupakan usaha yang saya mulai dengan teman lainnya yang tergabung dalam kegiatan Wirausaha Merdeka Universitas Indonesia (WMK UI). Produk yang akan kami sediakan untuk dijual adalah berbagai macam produk di bidang *fashion* seperti baju, celana, sepatu, dan tas. WMK UI merupakan program flagship dalam rangka mendukung Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kementerian Pendidikan Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Kegiatan WMK UI dilaksanakan dari akhir bulan Agustus sampai akhir November 2022 secara daring dan luring (Maudisha, 2022).

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Program Kewirausahaan

Proses yang dilakukan hingga menghasilkan ide *startup* berupa *thrift shop* dimulai dengan pembagian kelompok yang kemudian akan membahas dan menentukan ide rancangan bisnis untuk dikembangkan menjadi sebuah *startup* yang memenuhi kebutuhan pasar. Penentuan ide rancangan bisnis melewati berbagai proses yang meliputi perencanaan dan pengembangan. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan survei pasar dalam bentuk *interview* untuk mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi. Berbagai solusi alternatif kami bahas untuk mengatasi permasalahan tersebut. Supaya produk yang kami jual pada *thrift shop* lebih terarah, kami menentukan target pasar. Untuk memudahkan pencarian dan memudahkan konsumen untuk berbelanja serta memenuhi kekurangan yang diperlukan dalam menanggapi kebutuhan konsumen, kami membuat *website* dan *social media*. Kegiatan promosi dilakukan dengan berbagai cara, seperti promosi dengan iklan dan video atau *adsense*. Kemudian, melakukan analisis terhadap pendapatan dan biaya apa saja yang akan timbul dalam usaha *startup* berupa *thrift shop* ini. Beberapa kebutuhan yang diperlukan dalam memulai bisnis ini, yaitu *laundry*, *marketing*, pakaian, alat *packaging*, dan sumber daya manusia. Secara ringkas proses diatas dapat dilihat pada *lean canvas* (lihat Gambar 1).

Gambar 1

Lean Canvas Bisnis *Startup*



Ide Bisnis

Thrifting merupakan ide yang mendasari terbentuknya *startup* kami berupa *thrift shop*. Konsepnya adalah mendaur ulang baju untuk dijual kembali dengan harga yang lebih murah. Hal ini dikarenakan *thrifting* mempunyai tren dan manfaat bagi banyak orang dan pengguna lainnya. Selain itu dengan menyediakan *thrift shop*, produk yang masih memiliki kegunaan dapat digunakan oleh orang lain yang membutuhkan (memperpanjang masa guna dari suatu produk) sehingga dapat mengurangi sampah tekstil. *Thrift shop* yang kami kembangkan adalah *thrift shop* secara *online*. Pemilihan *thrift shop online* dikarenakan kemudahan akses oleh konsumen dimana saja dan kapan saja.

Problem & Solution

Setelah melakukan survei pasar terhadap pasar pakaian bekas, ditemukan permasalahan yaitu pakaian yang akan dijual secara *online*, memiliki harga yang cukup mahal atau tidak jauh berbeda dengan harga pakaian baru. Berbagai solusi alternatif untuk mengatasi permasalahan tersebut antara lain, berbelanja langsung di pasar, toko *thrifting online*, dan barang *preloved*. Solusi yang terpilih adalah dengan membuka toko *thrifting online* (toko pakaian bekas yang telah didaur ulang) dengan harga yang relatif lebih murah yang dapat diperbandingkan dengan harga yang berada di pasar. Tujuannya adalah supaya konsumen dapat membeli barang dengan harga yang lebih terjangkau.

Unique Value Proportion

Nilai unik yang dimiliki oleh *startup* kami adalah tidak hanya mengurangi sampah tekstil namun konsumen tetap dapat tampil modis. Hal ini dapat dicapai dengan cara mendaur ulang baju-baju bekas agar dapat dijual kembali ke pasaran dengan harga yang lebih ekonomis. Proses yang dilakukan adalah dengan memperoleh pakaian bekas dari para penjual, membersihkan pakaian bekas tersebut, mengemas ulang (*repackaging*) pakaian bekas yang telah dibersihkan, sehingga

siap untuk dijual kembali pada toko *thrifting online* kami. Keunikan lainnya dari toko *thrifting online* ini adalah memberikan kualitas yang memenuhi kebutuhan dengan harga ekonomis. *Unfair advantage* dari produk yang ditawarkan adalah pakaian yang tidak pasaran, sesuai dengan tren dan *demand*.

Target Pelanggan

Target pelanggan yang dituju adalah kalangan pelajar, mahasiswa/mahasiswi, dan karyawan. Calon pelanggan yang kami tuju adalah mereka yang memiliki pendapatan menengah kebawah. Oleh karena itu kami menyediakan produk dengan harga yang terjangkau. Selain itu, dikarenakan kesibukan yang mereka hadapi, maka kami menyediakan secara *online* supaya mudah ditemukan dan memudahkan dalam pembelian tanpa perlu ke toko *offline*. Banyak produk yang kami tawarkan pada toko *thrifting online* karena senantiasa mengikuti tren dengan harga terjangkau. Harga yang ditentukan untuk baju sekitar Rp50.000 sampai Rp80.000, sedangkan untuk celana sekitar Rp75.000 sampai Rp125.000, dimana harga tersebut sudah termasuk jasa pengiriman per item. Untuk tahap awal, produk yang kami sediakan berjumlah 50-100 pcs untuk kategori baju dan celana berbagai macam model. Produk dan keperluan lainnya akan terus kami upayakan sesuai kebutuhan konsumen.

Media promosi

Media promosi yang telah kami buat dan digunakan adalah Instagram. Akun Instagram dari toko *thrifting online* kami adalah @matchyourclothes (lihat Gambar 2) dan untuk link Instagramnya adalah <https://instagram.com/matchyourclothes?igshid=NDk5N2NlZjQ=>. Untuk rencana promosi berikutnya kami sedang membuat *website* untuk melakukan pembelian dan memudahkan konsumen untuk melakukan *complain* dan pengembalian barang.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan terkait dengan MBKM kewirausahaan yang kami jalankan adalah untuk membuka toko *thrifting online*. Produk yang akan kami sediakan untuk dijual pada *thrift shop online* adalah berbagai macam produk di bidang *fashion*, seperti baju, celana, sepatu, dan tas. Tujuan kami membuka toko *thrifting online* ini adalah untuk mengurangi sampah tekstil, untuk memudahkan para konsumen dalam berbelanja di bidang *fashion*, untuk mencegah terjadinya konsumtivisme yang berlebihan, dan membuka lebih banyak kesempatan bekerja. Adapun target pelanggan toko kami dari yang sudah kami *survey* adalah kalangan pelajar, mahasiswa/mahasiswi, serta wanita bekerja. Jika toko *thrifting online* ini berhasil, maka dapat meningkatkan perekonomian sehingga dapat menjadi contoh acuan yang dapat memotivasi wirausaha lainnya untuk melakukan hal yang sama dalam bidang produk yang berbeda.

Gambar 2

Media Promosi Instagram



REFERENSI

- <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i1.24528>

- OCBC NISP, Redaksi. (2021, November 23). Apa itu *Thrift*ing? Pengertian dan Tips Membuka Usahanya. Diakses dari <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/12/23/thrifting-adalah>
- Soeparyono, Astri. (2022, April 12). Pengertian *thrift shop* dan tips bisnis barang bekas. Diakses dari <https://www.lummoshop.co.id/blog/thrift-shop-adalah/>
- Wadji, Farid. (2017, August 21). Ramadhan, Konsumtivisme, dan Konsumerisme. Diakses dari <http://farid-wajdi.com/detailpost/ramadan-konsumtivisme-dan-konsumerism>