

MAHASISWA DAN PAKAIAN SEKEN
(Studi Pola Konsumsi Pakaian *Seken* oleh Kalangan Mahasiswa
di Kota Padang)

Skripsi

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1)*



Oleh

PRIKE AGUSTI NINGRUM
55317/2010

**PRODI PENDIDIKAN SOSIOLOGI-ANTROPOLOGI
JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2014**

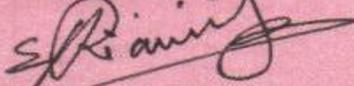
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Mahasiswa dan Pakaian *Seken* (Studi Pola Konsumsi Pakaian *Seken* oleh Kalangan Mahasiswa di Kota Padang)
Nama : Prike Agusti Ningrum
BP/NIM : 2010/55317
Program Studi : Pendidikan Sosiologi Antropologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Agustus 2014

Disetujui oleh:

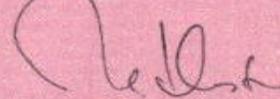
Pembimbing I



Dr. Erianjoni, M.Si

NIP.19740228 200112 1 002

Pembimbing II



Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si

NIP. 197905152006042003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Prof. Dr. Syafri Anwar, M.Pd

Nip. 196210011989031002

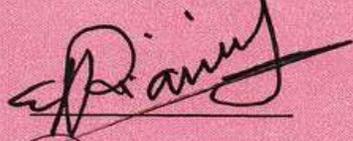
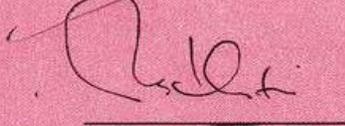
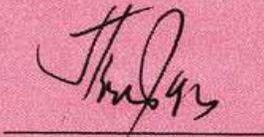
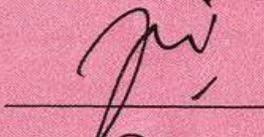
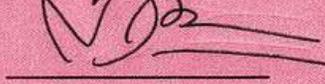
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang
Pada Hari Selasa, 12 Agustus 2014**

**Mahasiswa dan Pakaian Seken (Studi Pola Konsumsi Pakaian Seken oleh
Kalangan Mahasiswa di Kota Padang)**

**Nama : Prike Agusti Ningrum
BP/NIM : 2010/55317
Program Studi : Pendidikan Sosiologi Antropologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial**

Padang, 12 Agustus 2014

Tim Penguji	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dr. Erianjoni, M.Si	
2. Sekretaris	: Mira Hasti Hasmira, SH, M.Si	
3. Anggota	: Drs. Ikhwan, M. Si	
4. Anggota	: Adri Febrianto, S.Sos, M.Si	
5. Anggota	: Delmira Syafrini S.Sos, MA	

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tanda dibawah ini :

Nama : Prike Agusti Ningrum
BP/NIM : 2010/55317
Program Studi : Pendidikan Sosiologi Antropologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan Bahwa Skripsi saya yang berjudul “Pola Konsumsi Pakaian *Seken* oleh Kalangan Mahasiswa di Kota Padang” adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain (plagiat). Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademik maupun hukum sesuai ketentuan yang berlaku, baik di institusi Universitas Negeri Padang maupun masyarakat dan negara. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab sebagai anggota masyarakat Ilmiah.

Padang, Agustus 2014

Diketahui Oleh:

Ketua Jurusan Sosiologi



Adh Febrianto, S.Sos, M.Si
NIP 19680228 199903 1 001

Saya menyatakan,



Prike Agusti Ningrum
55317/2010

ABSTRAK

Prike Agusti Ningrum. 2010. Pola Konsumsi Pakaian *Seken* oleh Kalangan Mahasiswa di Kota Padang. Skripsi, Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi, Jurusan Sosiologi, Universitas Negeri Padang 2014.

Pakaian *seken* merupakan istilah lokal bagi masyarakat Kota Padang dalam menyebut istilah pakaian bekas impor. Pembelian pakaian *seken* saat ini digemari oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang. Adanya kalangan mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi di Kota Padang yang membeli pakaian *seken* secara berlebihan terbukti dengan adanya alokasi pengeluaran yang dikeluarkan setiap bulan untuk membeli pakaian *seken*. Pembelian pakaian *seken* tersebut dilakukan mahasiswa secara berulang-ulang, sehingga mengurangi uang saku bulanan mereka yang akhirnya tidak pernah cukup untuk memenuhi kebutuhan setiap bulannya. Perilaku tersebut menyebabkan terbentuknya pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam membeli pakaian *seken* di Kota Padang.

Penelitian ini dianalisis dengan teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard. Baudrillard mengungkapkan bahwa konsumsi adalah tindakan sistematis untuk memanipulasi tanda. Ketika mengkonsumsi sebuah objek, maka sebenarnya seseorang sedang memakai tanda dalam proses membatasi diri terhadap perilaku maupun dalam interaksi sosial, yang merupakan dorongan konsumsi manusia bukan hanya karena faktor kebutuhan melainkan keinginan untuk memamerkan 'nilai tanda'. Jika dikaitkan dengan penelitian ini yaitu mahasiswa yang membeli pakaian *seken* dikarenakan merek atau simbol yang ada pada baju tersebut sehingga dengan merek tersebut akan dapat menaikkan status sosial mereka ditengah lingkungannya seperti lingkungan kampus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus *instrinsik*. Subjek penelitian adalah mahasiswa. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah informan sebanyak 28 informan. Teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi partisipasi aktif dan wawancara mendalam. Data dianalisis dengan model Milles dan Huberman yaitu model analisis interaktif dengan langkah mereduksi data, mendisplay data dan penarikan kesimpulan akhir.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang ada tiga yaitu: (1). Alokasi Pengeluaran, (2). Intensitas Kunjungan, (3). Kuantitas Pembelian. Alokasi dana yang dikeluarkan setiap bulan hampir mencapai setengah dari jumlah uang saku mahasiswa, intensitas kunjungan mahasiswa ke lapak pakaian *seken* minimal satu kali dalam seminggu atau sekitar empat kali dalam sebulan yaitu di akhir minggu, dan jumlah pakaian *seken* yang dibeli mulai dari satu sampai tiga helai baju setiap minggunya. Setiap minggunya mahasiswa selalu mengalokasikan uang saku bulannya untuk membeli pakaian *seken* dan perilaku tersebut terus terjadi secara berulang-ulang.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, rasa syukur tiada terhingga kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan kekuatan lahir dan batin, petunjuk serta keridhoan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pola Konsumsi Pakaian *Seken* oleh Kalangan Mahasiswa di Kota Padang”. Skripsi ini disajikan dalam rangka untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada bapak Dr. Erianjoni, M.Si sebagai pembimbing I, dan ibu Mira Hasti Hasmira, S.H, M.Si sebagai pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran serta dengan penuh kesabaran membimbing penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial beserta staf dan karyawan Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam administrasinya.
2. Bapak Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Jurusan Sosiologi yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalankan perkuliahan.
4. Bapak Drs. Ikhwan, M.Si selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan selama perkuliahan.
5. Bapak Drs. Ikhwan, M.Si, bapak Adri Febrianto, S.Sos, M.Si, dan ibu Delmira Syafrini, S.Sos, M.A sebagai tim penguji yang telah memberikan masukan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

6. Semua informan yang telah berpartisipasi dalam memberikan data.
7. Orang tua tercinta, Ayahanda Suwardi dan Ibunda Nurhayati yang telah memberikan dukungan do'a moril dan materil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, Adinda Vindi Pribuanditi, S.Pd serta semua keluarga yang telah memberikan dorongan semangat dalam perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat dengan sebuah nama yang selalu menemani suka duka penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua rekan-rekan terutama sosiologi angkatan 2010, yang telah memberikan dukungan moril dan pemikiran sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sebagai mana kata pepatah “tak ada gading yang tak retak, tak ada manusia yang sempurna”. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak terutama yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Atas kritik dan saran dari segenap pembaca, penulis ucapkan terima kasih. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya, dan penulis khususnya.

Padang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Kerangka Teori.....	15
F. Batasan Konseptual	
a. Pola Konsumsi	20
b. Pakaian <i>Seken</i>	21
G. Metodologi Penelitian	
a. Lokasi Penelitian.....	21
b. Pendekatan dan Tipe Penelitian	22
c. Informan Penelitian	23
H. Teknik Pengumpulan Data	
1. Observasi Partisipasi	24
2. Wawancara.....	25
I. Triangulasi Data.....	27

J. Analisis Data

1. Reduksi Data.....	28
2. Penyajian Data	29
3. Penarikan Kesimpulan.....	29

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Geografis	31
B. Kependudukan	33
C. Perekonomian	34
D. Pendidikan	35
E. Sejarah Pasar di Kota Padang	37
F. Gambaran Umum Penjualan Pakaian <i>Seken</i> di Kota Padang.....	39
G. Gambaran Pembelian Pakaian <i>seken</i> di Kota Padang	41

BAB III POLA KONSUMSI PAKAIAN *SEKEN* OLEH KALANGAN MAHASISWA DI KOTA PADANG

A. Alokasi Pengeluaran	45
B. Intensitas Kunjungan	54
C. Kuantitas Pembelian	60

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Jumlah Mahasiswa Pembeli Pakaian <i>Seken</i> dari PTN dan PTS di Kota Padang	6
Tabel 2: Data Lapak Pakaian <i>Seken</i> di Kota Padang dari Tahun 2008-2014.....	8
Tabel 3 : Data Pengeluaran Mahasiswa untuk Membeli Pakaian <i>Seken</i>	11
Tabel 4 : Data Jumlah Penduduk di Kota Padang Tahun 2012.....	33
Tabel 5: Data Jumlah Sekolah di Kota Padang	37
Tabel 6: Data Lapak Pakaian <i>Seken</i> di Kota Padang dari Tahun 2008-2014.....	40
Tabel 7: Data Alokasi Dana untuk Membeli Pakaian <i>Seken</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Pedoman Observasi
3. Daftar Nama Informan Penelitian
4. Surat/SK Pembimbing
5. Surat izin penelitian dari Kesbangpol FIS UNP
6. Surat izin penelitian dari Kantor Kesbangpol Kota Padang
7. Angket Penelitian
8. Foto Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya gaya *fashion*¹ di Indonesia, memang tidak dapat dihindari lagi. Dari masyarakat kalangan atas sampai menengah ke bawah pun menjadikan *fashion* sebagai salah satu hal penting dalam kehidupannya. Mulai dari produk *fashion* yang memiliki *brand* besar dengan harga mahal, produk *brand* Cina atau produk pakaian bekas impor pun telah menjadi pilihan *fashion* bagi masyarakat Indonesia saat ini.²

Dalam sejarah perdagangan pakaian bekas dalam konteks pasar loak dikemukakan oleh Damsar, bahwa perdagangan barang bekas khususnya pakaian bekas sudah ada semenjak era pemerintahan kolonial Belanda di Kota Bukittinggi. Akan tetapi sampai pada tahun 1980-an yang menempati daerah sekitar Pasar Banto atau di sekitar daerah Aur Tajunggang yang hanya terdiri dari 5 pedagang pakaian bekas yang menggelar barang dagangan dengan produk lokal, dan pada tahun 1990-an para pedagang pakaian bekas sebanyak 4 pedagang sudah menempati areal Pasar Lereng.³

¹ *Fashion* yaitu suatu istilah untuk menggambarkan gaya yang dianggap lazim pada satu periode waktu tertentu (Wikipedia, 2014)

² Juan Fransiska, Tren Pasar Loak. *Kompasiana* Di akses tanggal 12 Februari 2014

³ Damsar, Sosiologi Pasar, 2002, hal 241

Di wilayah Provinsi Sumatera Barat, barang bekas pertama kali masuk di Kota Bukittinggi. Sekitar tahun 1990-an,⁴ berdasarkan pernyataan yang dikatakan Ria salah seorang penjual baju *seken* di Pasar Lereng Bukittinggi, ia mengatakan bahwa ibunya berjualan baju *seken* sudah 22 tahun dan sekarang ia yang menggantikan ibunya untuk berjualan.⁵ Awalnya terdapat sebagian masyarakat yang memiliki rasa enggan bercampur rasa jijik untuk membeli pakaian bekas luar negeri di Pasar Loak yang terletak di area Pasar Atas Bukittinggi. Keengganan ini berasal pada pengetahuan kesehatan masyarakat, yang beranggapan pakaian-pakaian bekas dapat menularkan penyakit, terutama AIDS. Sikap paranoid masyarakat itu berkaitan dengan posisi Bukittinggi sebagai kota wisata yang lebih rentan terhadap penularan penyakit AIDS, terutama bersumber dari minimnya pengetahuan masyarakat terhadap cara-cara penularannya.⁶

Ketika krisis ekonomi mengalami puncaknya tahun 1997 sampai 1998, semenjak itulah perdagangan pakaian bekas semakin berkembang dengan masuknya produk luar negeri dengan berbagai jenis dan merek yang sudah di kenal para konsumen atau pembeli yang membutuhkannya, sehingga menjadikan Pasar Loak tumbuh dan berkembang dengan pesatnya. Hal ini dibuktikan dari penggemar pakaian bekas yang membeli ke lokasi Pasar Loak

⁴ Juan Fransiska, Tren Pasar Loak. *Kompasiana* Di akses tanggal 12 Februari 2014

⁵ Wawancara dengan Ria penjual pakaian *seken* di Bukittinggi tanggal 13 Februari 2014

⁶ Juan Fransiska, Tren Pasar Loak. *Kompasiana* Di akses tanggal 12 Februari 2014

dari berbagai kalangan masyarakat mulai dari kalangan ekonomi menengah ke bawah sampai kalangan ekonomi menengah ke atas, serta karena pengetahuan kesehatan akan penularan AIDS menjadi lebih baik, Pasar Loak Bukittinggi telah menjadi alternatif baru tempat berbelanja masyarakat, dengan memberi nama Pasar Butik *Seken*⁷ (yang terletak di Pasar Lereng) istilah ini beranonim dengan gerai-gerai pakaian *high class*⁸ di Eropa. Para pedagang dan penyuka/pembeli pakaian bekas pun nampaknya sepakat merekonstruksi ulang makna pakaian bekas, terutama yang berasal dari *re use value* barang-barang bekas *branded*⁹ seperti *Levis 501, Nike, Adidas, Converse, Lee, Armani, Gucci, Luis Vitton* dan masih banyak lagi.¹⁰

Pakaian bekas impor yang diperdagangkan tersebut berasal baik dari luar negeri maupun pakaian bekas dari rumah tangga di dalam negeri. Pakaian bekas yang berasal dari luar negeri diperdagangkan tidak hanya di pusat-pusat pasar, seperti Pasar Raya Padang akan tetapi di lapak-lapak khusus berjualan pakaian bekas terutama pakaian, seperti di kawasan Khatib Sulaiman, Ulak Karang, UPI, Labor, Andalas, Adabiah, Alai dan By Pass. Pakaian bekas

⁷ *Seken* yaitu istilah lokal masyarakat Kota Padang dalam menyebut barang atau pakaian bekas impor

⁸ *High class* yaitu kelas sosial atas dalam suatu masyarakat (Salahudin, S.IP. 2010. Perilaku Politik Masyarakat Kabupaten Dompu. Tugas Mata Kuliah Teori Sosiologi. Prodi Pasca Sarjana UMM. Hal 2)

⁹ *Branded* yaitu barang yang memiliki nama, simbol, tanda ditandai dengan sudah dikenalnya dalam masyarakat dan kesetiaan konsumen terhadap brand atau merek tersebut (sumber: American Marketing Association)

¹⁰ Damsar, Sosiologi Pasar, 2002, hal 241

impor tersebut dibeli melalui agen-agen yang berasal dari kota-kota pelabuhan seperti Tanjung Balai Asahan, Belawan Medan, dan Tembilahan Riau.¹¹

Pakaian bekas impor seperti yang diperjualbelikan di Bukittinggi tersebut akhirnya sampai di Kota Padang. Baju bekas impor tersebut biasa dikenal dengan *pakaian seken*¹² oleh masyarakat di Kota Padang termasuk kalangan mahasiswa. Pemakaiannya digemari oleh kalangan remaja terutama mahasiswa baik mahasiswa dari Perguruan Tinggi Negeri sampai pada mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta seperti mahasiswa dari UNP, Unand, UPI YPTK, Unbrah, STKIP, dan UBH. Menurut pengamatan yang peneliti lakukan bahwa terlihat adanya mahasiswa yang secara berlebihan dan berulang-ulang membeli pakaian *seken* dibandingkan dengan masyarakat umum, terbukti dengan adanya jumlah pengeluaran yang dikeluarkan mahasiswa tersebut setiap bulannya, adanya waktu kunjungan dan konsumsi pakaian *seken* yang dilakukan secara berulang-ulang.¹³

Pakaian *seken* menarik perhatian kalangan mahasiswa di Kota Padang seperti mahasiswa dari UNP, Unand, UPI YPTK, Unbrah, STKIP, dan UBH karena harga yang lebih murah dibandingkan membeli pakaian bermerek dengan produk baru. Jika membeli pakaian bermerek dengan produk baru

¹¹ Ibid, hal 181

¹² Pakaian *seken* merupakan istilah lokal bagi masyarakat Kota Padang untuk menyebut istilah pakaian bekas impor

¹³ Berdasarkan wawancara dengan penjual pakaian *seken* di kawasan Khatib Sulaiman tanggal 13 Februari 2014

seperti celana yang bermerek *Levis 501* dihargai Rp. 500.000-900.000,- sementara jika membeli celana bermerek *Levis* dengan produk bekas (pakaian *seken*) dihargai lebih murah dibandingkan membeli baru yaitu dengan harga Rp. 300.000-400.000,-. Oleh sebab itu, maka kalangan mahasiswa di Kota Padang seperti mahasiswa dari UNP, Unand, UPI YPTK, Unbrah, STKIP, dan UBH tertarik untuk membeli pakaian *seken* tersebut karena harga yang lebih murah sesuai dengan kantong mahasiswa sehingga mereka dapat membeli secara berulang-ulang setiap bulannya dengan menghabiskan uang saku bulanan mereka.

Mahasiswa yang seharusnya membeli pakaian dengan produk baru untuk kebutuhan sandangnya, saat ini lebih memilih untuk mengonsumsi pakaian *seken* bermerek secara berulang-ulang. Jika membeli baru mahasiswa tersebut harus mengeluarkan uang cukup banyak dan mahal untuk membeli pakaian bermerek, namun jika membeli pakaian *seken* mereka bisa membeli dengan harga lebih murah seperti *Levis 501* yang jika dibeli baru harganya mencapai Rp. 800.000/helai namun jika membeli *seken* harganya mulai dari Rp. 200.000-350.000,-. Perilaku seperti ini tampak secara berulang-ulang setiap bulannya terbukti dengan alokasi pengeluaran yang dikeluarkan mereka

setiap bulan untuk membeli pakaian *seken* tersebut sehingga akhirnya mengurangi bahkan menghabiskan uang bulanan mereka.¹⁴

Untuk mendapatkan data mengenai mahasiswa yang membeli pakaian *seken* di Kota Padang, peneliti menyebarkan angket sebanyak 50 lembar di beberapa perguruan tinggi di Kota Padang. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari wawancara dan hasil penyebaran angket ditemukan data yang dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:¹⁵

Tabel 1

Data Jumlah Mahasiswa Pembeli Pakaian *Seken* dari PTN dan PTS di Kota Padang

No.	Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1	UNP	40 Orang
2	UNAND	40 Orang
3	UBH	38 Orang
4	UNBRAH	30 Orang
5	UPI	47 Orang
6	STKIP	26 Orang
	Jumlah	221 Orang

Sumber: hasil penyebaran angket tanggal 10 April 2014

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa jumlah mahasiswa yang membeli pakaian *seken* dari beberapa Perguruan Tinggi baik PTN maupun PTS di Kota Padang berjumlah 221 orang. Menurut wawancara yang peneliti

¹⁴ Observasi awal di lapak pakaian *seken* di Alai, Jati dan Lubug Begalung pada tanggal 13 Februari 2014

¹⁵ Hasil penyebaran angket tanggal 10 April 2014

lakukan, mereka mengaku pernah dan sangat sering membeli pakaian *seken*, bahkan setiap bulannya mereka selalu menyisihkan uang saku bulanan mereka untuk membeli pakaian *seken* yang bermerek, dan terkadang sampai kehabisan uang belanja.

Dari hasil wawancara dengan penjual pakaian *seken* di kawasan Khatib Sulaiman, Lubuk Begalung, Andalas, Jati dan Alai, peneliti mendapatkan data melalui wawancara mengenai peningkatan pembelian pakaian *seken* oleh mahasiswa di Kota Padang dari tahun 2008-2014. Penjual pakaian *seken* tersebut sudah mengenal dekat mahasiswa yang datang karena mahasiswa yang ingin mencari barang bermerek pasti mencatat dan memberikan nomor telepon mereka kepada penjual pakaian *seken* tersebut. Mereka rata-rata mengatakan bahwa peningkatan pembelian pakaian *seken* oleh mahasiswa khususnya yaitu pada tahun 2012 dan terus mengalami peningkatan sampai pada tahun 2014. Peningkatan pembelian pakaian *seken* tersebut juga terbukti dengan nama mahasiswa yang tercantum pada buku nomor telepon yang ada di lapak pakaian *seken* di Jati, Adabiah, dan Andalas yang terlihat bahwa pada tahun 2012 ada sebanyak 30-40 mahasiswa dari UNP, Unand dan UBH dan terlihat mengalami peningkatan pada tahun 2014 ada sebanyak 60 mahasiswa dari UNP, UBH, Unbrah, UPI YPTK, Unand.¹⁶

¹⁶ Wawancara dengan penjual pakaian *seken* di kawasan Adabiah dan Jati

Selanjutnya data yang peneliti dapatkan mengenai lapak pakaian *seken* yang ada di Kota Padang, yaitu:¹⁷

Tabel 2
Data Lapak Pakaian Seken di Kota Padang Dari Tahun 2008-2014

No	Nama Lapak Pakaian Seken	Sejak Tahun	Omset
1.	Khatib Sulaiman	2008	4 ball/bulan
2.	Sarah (By Pass)	2008	4 ball/bulan
3.	<i>Second Garage</i> (Labor)	2013	Barang sortiran
4.	Gunung Pangilun	2013	30 ball/bulan
5.	<i>Cowboy Collection</i> (Air Tawar Barat)	2013	Barang sortiran
6.	Sarah (UPI cabang By Pass)	2013	4 ball/bulan
7.	Outlite Baju Import Sortir Osis (Ulak Karang)	2007	2 ball/bulan
8.	Andalas	2008	2 ball/bulan
9.	Simpang Gia	2013	2 ball/bulan
11.	Pantai Padang	2013	2 ball/bulan
12.	Pasar Raya (dekat Balai Kota)	2000	4 ball/bulan
13.	Tabing	2014	2 ball/bulan
14.	Singgalang	2014	2 ball/bulan
15.	Lubuk Buaya	2012	2 ball/bulan
16.	Anak Babe (Simp. Adabiah)	2010	Barang sortiran
17.	Simpang Haru	2013	2 ball/bulan
18.	<i>Boutique Babe</i> (Alai)	2012	Barang sortiran
19.	Asrama Haji	2014	1 ball/bulan
20.	Ganting	2012	1 ball/3 bulan

Sumber: Wawancara dengan penjual pakaian seken yang ada di Kota Padang dan observasi yang dilakukan pada tanggal 18-19 Februari 2014

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa sudah banyak terdapat lapak pakaian bekas impor yang ada di Kota Padang. Penjualan pakaian bekas impor tersebut terlihat mengalami perkembangan sejak tahun 2000 sampai

¹⁷ Berdasarkan wawancara dengan penjual pakaian *seken* yang ada di Kota Padang tanggal 13 Februari 2014

pada tahun 2014, dan juga dapat terlihat seberapa besar omset yang ada pada setiap lapak yang masing-masing berbeda dan pada tahun 2013 terlihat bahwa terdapat beberapa lapak yang semakin banyak ada di Kota Padang.¹⁸

Dari data yang diperoleh penulis di lapangan dengan penjual pakaian bekas di kawasan Khatib Sulaiman, ia mengatakan bahwa hampir semua pelanggannya merupakan mahasiswa, bahkan ada juga mahasiswa dari berbagai Perguruan Tinggi Swasta di Kota Padang seperti mahasiswa dari UNP, Unand, UBH, STKIP, Unbrah dan UPI. Setiap barang baru datang, pasti ada saja mahasiswa yang datang dan membeli pakaian *seken*. Mahasiswa yang datang biasanya sudah biasa atau sering datang dan berlangganan di lapak pakaian *seken* seperti lapak-lapak yang tertera pada data di atas seperti salah satunya di lapak Khatib Sulaiman. Biasanya mereka selalu membeli pakaian lebih dari satu helai setiap bulannya dengan mengeluarkan uang saku sebanyak Rp. 200.000-400.000,- atau sekitar hampir setengah dari uang belanja mereka yaitu Rp. 1.000.000,-/bulan, dengan harga mulai dari Rp.100.000-300.000/helai.¹⁹

Dalam sosiologi, konsumsi dipandang bukan sebagai sekedar pemenuhan kebutuhan secara fisik dan biologis manusia, tetapi juga berkaitan dengan aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi berhubungan dengan masalah

¹⁸ Wawancara dengan penjual pakaian *seken* yang dilakukan pada tanggal 19 Februari 2014

¹⁹ Wawancara dengan JH pemilik lapak pakaian bekas impor . Tanggal 25 September 2013

selera, identitas atau gaya hidup. Peningkatan kebutuhan masyarakat secara ekonomi tentunya akan mempengaruhi pola konsumsi dalam suatu masyarakat.²⁰

Dari realitas di atas dapat terlihat bahwa terdapat mahasiswa yang secara teratur atau berulang mengeluarkan uang saku bulannya untuk kebutuhan membeli pakaian *seken*. Mereka membeli pakaian tersebut karena pakaian tersebut memiliki merek yang sudah dikenal oleh kalangan mahasiswa, sehingga berapa pun harga dari pakaian tersebut tetap akan mereka beli untuk menunjukkan simbol atau merek yang ada pada pakaian tersebut.

Perilaku yang berulang tersebut akan membentuk pola konsumsi. Pola konsumsi yang dimaksud di sini merupakan tata kelakuan yang sudah tersusun atau tertata secara berulang-ulang yang mencakup proporsi atau jumlah pengeluaran, waktu dan jumlah pakaian *seken* yang dikonsumsi setiap bulannya, hal ini tidak hanya dilakukan oleh mereka yang memiliki uang saku perbulan dalam jumlah lebih namun juga dilakukan oleh mereka yang memiliki uang saku pas-pasan. Perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan

²⁰ Damsar. Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal 119

seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.²¹ Seperti halnya yang terjadi pada kalangan mahasiswa di Kota Padang. Konsumsi yang dilakukan bukan lagi atas dasar kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan semata sehingga perilaku mahasiswa di Kota Padang dalam membeli pakaian *seken* ini dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.

Adapun data mengenai alokasi dana yang dikeluarkan mahasiswa untuk membeli pakaian *seken* dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3
Data Pengeluaran Mahasiswa untuk Membeli Pakaian *Seken*

No.	Nama Mahasiswa	Asal Universitas	Jumlah Uang Saku (per bulan)	<i>Budget</i> yang dikeluarkan
1.	J	UNP	Rp. 600.000	Rp. 300.000/bln
2.	N	UNP	Rp. 600.000	Rp. 250.000/bln
3.	K	UNP	Rp. 700.000	Rp. 100.000/bln
4.	Y	Unand	Rp. 1.000.000	Rp. 300.000/bln
5.	YG	Unbrah	Rp. 2.000.000	Rp. 400.000/bln
6.	I	UBH	Rp. 1.500.000	Rp. 500.000/bln
7.	IL	UNP	Rp. 800.000	Rp. 300.000/bln
8.	P	UPI	Rp. 700.000	Rp. 250.000/bln
9.	Z	UNP	Rp. 1.000.000	Rp. 400.000/bln
10.	O	Unand	Rp. 1.500.000	Rp. 500.000/bln
11.	R	UPI	Rp. 1.000.000	Rp. 300.000/bln
12.	T	UNP	Rp. 800.000	Rp. 300.000/bln

Sumber: wawancara dengan mahasiswa pembeli pakaian seken

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa rata-rata mahasiswa mempunyai pengeluaran untuk membeli pakaian *seken* setiap bulannya. Pengeluaran dari

²¹Wahyudi. Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza, *ejournal.sos.fisip-unmul*. Volume 01 No 04. 2013:26-36

setiap mahasiswa pun berbeda satu dengan yang lainnya. Perbedaan pengeluaran tersebut terjadi misalnya karena faktor ekonomi yang berbeda antar mahasiswa. Jumlah pengeluaran pun terkadang tidak dapat ditentukan karena tergantung pada pakaian yang dijual, jika ada yang bagus maka mereka akan rela untuk mengeluarkan uang lagi untuk membelinya.

Penelitian tentang pakaian bekas ataupun barang bekas umumnya sudah banyak dilakukan, seperti Mulya Jaya tentang Pola Hubungan Sosial di dalam Pasar Loak Khususnya Pasar Lereng Pada Perdagangan Pakaian Bekas Kota Bukittinggi²² menjelaskan adanya pola hubungan sosial ekonomi yang terbentuk antara pedagang pengecer dengan induk semang, pembeli dan sesama pedagang, selain itu penelitian dari Iriani dan kawan-kawan tentang Pola Strategi Pedagang Pakaian Bekas dalam Sistem Perdagangan di Sumbar²³ menyatakan bahwa dalam mendapatkan pakaian bekas yang berasal dari luar negeri para pedagang haruslah menggunakan strategi untuk mendapatkan pakaian bekas tersebut agar nantinya mereka dapat bertahan dalam berdagang.

²² Mulya Jaya. 2006. Pola Hubungan Sosial di dalam Pasar Loak Khususnya Pasar Lereng Pada Perdagangan Pakaian Bekas Kota Bukittinggi. *Tesis*. Program Pascasarjana UNP .

²³ Iriani, dkk. Pola Strategi Pedagang Pakaian Bekas dalam Sistem Perdagangan di Sumbar. FISIP Unand

Penelitian lain yaitu dari Arief Budiman tentang Tindakan Konsumsi Remaja di Pasar Loak Kota Bukittinggi²⁴ yang menyatakan bahwa pasar loak, merupakan tempat alternatif belanja bagi remaja dan tindakan konsumsi remaja, terlihat tidak hanya sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik atau biologis tetapi terkait dengan aspek sosial budaya. Netty Susanti meneliti tentang Sistem Jaringan Pemasaran Pakaian Bekas Selundupan²⁵ menyatakan bahwa dalam sistem jaringan pemasaran pakaian bekas selundupan ini pemasaran yang terdiri dari aktor-aktor yang terlibat langsung serta aktor yang terlibat secara tidak langsung.

Berbeda dengan penelitian di atas yang melihat Pola Hubungan Sosial, Pola Strategi Pedagang dan Tindakan Konsumsi, di sini peneliti melihat Pola Konsumsi Pakaian *Seken* oleh Kalangan Mahasiswa di Kota Padang. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pakaian *seken*. Adanya mahasiswa yang secara berulang-ulang membeli pakaian *seken* bermerek, terlihat dari jumlah pengeluaran (alokasi dana) yang dikeluarkan, intensitas kunjungan dan konsumsi pakaian *seken* yang dilakukan setiap bulannya.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini lebih difokuskan pada mahasiswa yang membeli pakaian *seken* secara berulang-

²⁴ Arief Budiman. 2000. Tindakan Konsumsi Remaja di Pasar Loak Kota Bukittinggi Padang. *Skripsi*. FISIP Unand Padang.

²⁵ Netty Susanti. Sistem Jaringan Pemasaran Pakaian Bekas Selundupan. *Skripsi*. FISIP Unand Padang

ulang setiap bulannya di Kota Padang, dengan merumuskan permasalahan penelitian pada pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang.

Mahasiswa yang seharusnya membeli pakaian dengan produk baru untuk kebutuhan sandangnya, saat ini lebih memilih untuk mengkonsumsi pakaian *seken* bermerek. Perilaku seperti ini tampak secara berulang-ulang setiap bulannya terbukti dengan alokasi pengeluaran yang dikeluarkan mereka setiap bulan untuk membeli pakaian *seken* tersebut sehingga akhirnya mengurangi bahkan menghabiskan uang bulanan mereka. Fenomena ini terjadi karena diasumsikan adanya alokasi dana yang khusus dikeluarkan mahasiswa untuk membeli pakaian *seken*, adanya peningkatan intensitas mahasiswa datang ke lapak pakaian *seken* dan banyaknya konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa oleh karena itu maka diajukan pertanyaan penelitian yaitu: **Bagaimana pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang?**

C. Tujuan Penelitian

Bertolak dari latar belakang, batasan dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan

dapat mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Secara akademis
 - a. Dapat melahirkan sebuah karya tulis ilmiah tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang.
 - b. Memberikan informasi tentang tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi atau bahan masukan penelitian yang lain dengan tema senada.
2. Secara praktis
 - a. Mengembangkan penalaran, membentuk pola pikir dinamis, sekaligus untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh.
 - b. Dapat mengetahui gambaran tentang tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang.
 - c. Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

E. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian mengenai pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang ini penulis menganalisis dengan teori masyarakat konsumsi atau teori perilaku konsumsi dari Jean Baudrillard. Dalam teorinya mengenai masyarakat konsumsi, Baudrillard mengatakan

bahwa masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi, namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat tidak cukup hanya mengkonsumsi “sandang, pangan, papan” saja untuk bisa bertahan hidup, walaupun secara biologis terpenuhinya kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup, namun dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih daripada itu. Bisa dikatakan bahwa masyarakat modern sekarang hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan menstruktur praktek keseharian masyarakat. Nilai-nilai, pemaknaan dan harga dari segala sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Konsumsi telah terinternalisasi dalam rasionalitas berpikir masyarakat dan teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.²⁶

Pernyataan pokok Baudrillard mengatakan bahwa objek (konsumsi) menjadi tanda (*sign*). Baudrillard menyatakan, situasi masyarakat kontemporer dibentuk oleh kenyataan bahwa manusia sekarang dikelilingi oleh faktor konsumsi. Pada kenyataannya manusia tidak akan pernah merasa terpuaskan atas kebutuhan-kebutuhannya. Baudrillard menyatakan bahwa ketika kita mengkonsumsi objek, maka kita mengkonsumsi tanda, dan sedang

²⁶Jean Baudrillard. 2009. Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

dalam prosesnya kita mendefinisikan diri kita.²⁷ Konsumsi menurut Baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda, dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau bahkan menjadi tanda.

Dalam bukunya *Symbolic Exchange and Death* (1993) Baudrillard menyatakan bahwa sejalan dengan perubahan struktur masyarakat simulasi, telah terjadi pergeseran nilai-tanda dalam masyarakat kontemporer dewasa ini yakni dari nilai-guna dan nilai-tukar ke nilai-tanda dan nilai-simbol. Dalam kapitalisme global kegiatan produksi sudah bergeser dari penciptaan barang konsumsi, ke penciptaan tanda.²⁸ Inilah saat ketika objek tidak lagi dilihat manfaat atau nilai-tukarnya, melainkan makna dan nilai-simbolnya.²⁹

Dalam melihat objek, Baudrillard membangun sebuah logika baru dalam pemikiran tentang konsumsi sebuah barang atau komoditas, yaitu *Logika 4 Objek*. Logika ini mengembangkan empat nilai dalam sebuah komoditas konsumsi dalam pemikirannya tentang sistem objek. Logika 4 objek itu adalah :

²⁷ Ritzer, G. 2006. Teori Sosial Postmodern. Yogyakarta : Kreasi Wacana. Hal 137

²⁸ Fika Okiriswandani, Gaya Hidup Santai Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Penikmat Coffee Shop di Starbucks Coffee), *Jurnal Sosial dan Politik* : Departemen Sosiologi, FISIP, Universitas Airlangga

²⁹ Khalida Lubyana, Ekspor Media Massa Televisi dan Internet sebagai Stimulant Perilaku Konsumsi (Studi Deskriptif Gaya Hidup dan Masyarakat Konsumsi di Kalangan Remaja Putri di Surabaya), *Jurnal Sosial dan Politik*: Departemen Sosiologi, FISIP, Universitas Airlangga

1. Nilai fungsional, yaitu tentang tujuan instrumental dalam hal penggunaan sebuah objek (dalam bahasa Marx adalah “nilai guna” objek atau komoditas).
2. Nilai tukar, adalah nilai ekonomis dari sebuah objek konsumsi.
3. Nilai tukar simbolis, yaitu nilai yang telah dibangun bersama dalam masyarakat untuk sebuah objek konsumsi dibandingkan dengan objek lain.
4. Pertukaran nilai tanda objek merupakan pertukaran dalam perbandingan dengan objek-objek lain dalam suatu sistem objek.

Dari keempat logika di atas, maka kita sebenarnya sudah tidak lagi hanya mengonsumsi objek, tetapi lebih ke arah mengonsumsi tanda yang ada pada objek tersebut. Baudrillard mengartikan konsumsi bukan lagi sekedar memanfaatkan objek sesuai kebutuhan tetapi merupakan tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau menjadi tanda. Artinya dengan mengonsumsi sebuah objek dengan sendirinya orang tersebut juga mengonsumsi tanda yang sama dan secara tidak sadar mirip dengan orang lain yang mengonsumsi objek yang sama.³⁰

Baudrillard mengatakan bahwa *“mekanisme sistem konsumsi pada dasarnya berangkat dari nilai tanda atau nilai simbol, bukan pada kebutuhan*

³⁰ Rois Leonard Arios. Makanan Cepat Saji dan Budaya Orang Minangkabau: Analisis J. Baudrillard. *Kompasiana* diakses tanggal 19 Juni 2014

atau manfaat’’. Dalam masyarakat konsumen, kehidupan manusia lebih banyak dipengaruhi oleh tanda dan simbol. Orang membeli sesuatu bukan karena kegunaannya, tetapi karena dalam barang itu ada nilai simbol yang menunjukkan status.³¹

Dalam penelitian mengenai pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa, seperti yang dikatakan Baudrillard bahwa orang membeli barang bukan karena kegunaannya, tetapi karena di dalam barang yang dibelinya terdapat nilai simbol yang menunjukkan status. Jika dikaitkan dengan penelitian ini dimana mahasiswa membeli pakaian *seken* karena nilai simbol yang ada pada baju tersebut. Mahasiswa membeli bukan lagi karena faktor kebutuhan, namun lebih kepada faktor keinginan untuk memamerkan nilai simbol atau tanda yang ada pada pakaian yang mereka pakai, sehingga mahasiswa yang membelinya akan menunjukkan statusnya atau sebagai sebuah *prestise*³² melalui apa yang dibelinya sehingga menyebabkan mahasiswa tersebut menjadi tidak pernah puas untuk terus membeli dan terus membeli dengan mengeluarkan dana khusus dari uang saku bulanan yang dikirim oleh orangtua mereka, hingga ada mahasiswa yang rela membeli pakaian *seken* sampai menghabiskan uang saku bulanan mereka hanya karena mencari merek dari pakaian *seken* tersebut.

³¹ Ibid

³² *Prestise* sama dengan gengsi atau dapat diartikan peranan sosial terhadap kedudukan tertentu, tingkatan tertentu pada posisi-posisi yang dihormati(sumber: id.wikipedia.org/wiki/Nilai_sosial)

F. Batasan Konseptual

1. Pola Konsumsi

Konsumsi yaitu tindakan-tindakan manusia yang akhirnya menyebabkan turunnya atau hilangnya nilai guna suatu barang, sedangkan tindakan konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan yang menghabiskan nilai guna suatu barang.³³ Konsumsi menurut Baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda, dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau bahkan menjadi tanda.³⁴

Pola dapat diartikan sebagai susunan teratur dari objek atau peristiwa dalam waktu atau ruang. Pola konsumsi adalah susunan tingkat kebutuhan seseorang untuk jangka waktu tertentu.³⁵ Pola konsumsi yang dimaksud oleh peneliti adalah tata kelakuan yang sudah tersusun atau tertata secara berulang-ulang yang mencakup proporsi atau jumlah pengeluaran, intensitas atau waktu kunjungan dan jumlah pakaian *seken* yang dikonsumsi setiap bulannya.

2. Pakaian *seken*

³³ Kaslan. 1983. Ekonomi Selayang Pandang. Bandung :Sumur. Hal 26

³⁴ Baudrillard, Jean P. 2004. Masyarakat Konsumsi. Kreasi wacana: Yogyakarta

³⁵ <https://id.answers.yahoo.com> diakses tanggal 20 Mei 2014

Berdasarkan data yang diperoleh penulis di lapangan dengan penjual pakaian bekas di kawasan By Pass bernama Sarah, ia mengatakan bahwa menurutnya pakaian *seken* merupakan pakaian bekas yang sudah ataupun yang masih baru yang sengaja dijual oleh pemiliknya biasanya berasal dari Singapura, yang diperjualbelikan di Pelabuhan di Tembilahan, Riau.³⁶ Pakaian *seken* yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah pakaian bekas impor (*seken*) yang berasal dari luar negeri seperti dari Singapura.

G. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Padang, yaitu di tempat penjualan baju *seken* diantaranya di Khatib Sulaiman, Jati (Adabiah), Andalas, Lubuk Begalung (UPI) dan Alai. Penelitian ini dilakukan di kawasan tersebut karena menurut pengamatan yang penulis lakukan, di sanalah terdapat kalangan mahasiswa dari UNP, Unand, UBH, Unbrah, UPI YPTK dan STKIP yang membeli pakaian *seken* bermerek secara berulang-ulang setiap bulannya.

2. Pendekatan dan Tipe Penelitian

³⁶ Wawancara dengan pemilik lapak pakaian *seken* di Kawasan By Pass bernama Sarah, tanggal 13 November 2013

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang berusaha menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, dengan penelitian kualitatif ini peneliti akan mendapat informasi berupa ungkapan dan penuturan langsung dari informan. Pemilihan penelitian kualitatif dalam penelitian ini karena dengan pendekatan ini bisa untuk mengetahui, mempelajari, mengamati tindakan-tindakan mahasiswa dalam membeli pakaian *seken*. Dalam melakukan penelitian, peneliti lebih memperhatikan mahasiswa yang membeli pakaian *seken* dan berinteraksi dengan informan guna memperoleh data yang akurat.

Dilihat dari segi tipenya, penelitian ini termasuk studi kasus instrinsik. Dikatakan demikian, karena peneliti berusaha mengungkap kasus secara khusus³⁷ mengenai pola konsumsi mahasiswa dalam membeli pakaian *seken* di Kota Padang. Data-data diperoleh melalui wawancara dengan informan dan observasi, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Dalam hal ini peneliti melihat perbuatan dan kejadian (dalam hal pola konsumsi pakaian *seken*) bagi kalangan mahasiswa di Kota Padang.

3. Informan Penelitian

³⁷ Felix, Sitorus. 1998. Penelitian Kualitatif Suatu Perkenalan. Kelompok Dokumentasi Ilmu Sosial. Bogor. Hal 25.

Informan adalah orang-orang yang dimanfaatkan memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.³⁸ Informan penelitian merupakan orang-orang yang memberikan informasi mengenai data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dan sesuai dengan perumusan masalah penelitian. Pemilihan informan pada penelitian ini dilakukan dengan secara sengaja (*purposive sampling*), maksudnya pemilihan informan tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan tujuan penelitian. Melalui teknik ini, penulis bisa benar-benar mengetahui bahwa orang-orang yang dipilih dapat memberikan informasi yang diinginkan.

Dalam hal ini, peneliti harus menentukan kriteria siapa saja yang bisa dijadikan informan, agar orang-orang yang dipilih dapat memberikan informasi tentang bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam membeli pakaian *seken*. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang membeli pakaian *seken*, mahasiswa yang tidak membeli pakaian *seken*, dan penjual pakaian *seken* yang telah berjualan pakaian *seken* sejak 1-3 tahun terakhir.

Setelah penelitian ini dilakukan, maka jumlah informan dalam penelitian ini adalah sebanyak 28 informan yang terdiri dari 5 orang penjual pakaian *seken*, 20 orang mahasiswa pembeli pakaian *seken*, dan 3 orang mahasiswa yang tidak membeli pakaian *seken*. Hal ini dimaksudkan agar data

³⁸ Ibid. hal. 23

yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian dengan mencari kesamaan atau perbandingan data untuk mencapai kesimpulan.

H. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi Partisipasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila informan yang diamati tidak terlalu besar.³⁹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipasi aktif, peneliti terlibat langsung terhadap apa yang dilakukan mahasiswa dalam membeli pakaian *seken* di Kota Padang. Peneliti mengamati setiap aktivitas yang dilakukan mahasiswa dalam membeli pakaian *seken* yang tampak terpolapoli seperti memperhatikan apa saja yang mereka beli, berapa banyak pakaian yang mereka beli dan merek pakaian apa saja yang mereka pilih.

Dalam penelitian pola konsumsi pakaian *seken* peneliti melakukan observasi awal dari tanggal 1 Mei 2014 sampai tanggal 30 Juni 2014. Observasi peneliti lakukan dari pukul 16.00 WIB di kawasan Khatib Sulaiman, UPI (Lubuk Begalung), dan Andalas sedangkan pada malam hari peneliti melakukan observasi di kawasan Adabiah (Jati), Labor dan Alai.

³⁹ Sugiyono.2011. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Observasi peneliti lakukan dengan ikut memilih-milih baju dan melihat setiap pengunjung yang datang dan yang sedang memilih-milih pakaian. Peneliti mengamati pengunjung tersebut yang merupakan mahasiswa yang diketahui dari penjual pakaian *seken* yang memberitahu peneliti bahwa yang datang dan membeli tersebut merupakan mahasiswa karena penjual tersebut sudah mengenal setiap mahasiswa yang datang ke lapak pakaian *seken* miliknya. Ketika mereka sedang memilih pakaian, peneliti memperhatikan apa saja yang mereka beli, berapa banyak pakaian yang mereka beli dan merek pakaian apa saja yang mereka pilih.

b. Wawancara

Bentuk wawancara yang peneliti lakukan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*),⁴⁰ yakni wawancara informan telah mengetahui maksud dan tujuan peneliti dengan pertanyaan terbuka yang bertujuan supaya peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan cara mendengar, mencatat, memahami, secara seksama dan mendetail harapan agar dapat mengetahui gagasan, dan pengetahuan informan tentang konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa. Dalam penelitian ini terfokus pada satu pokok persoalan tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa dengan pertanyaan terbuka.

⁴⁰ Burhan, Bungin (ed). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian kontemporer)*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008. Hal 100.

Pertanyaan dikembangkan berdasarkan pedoman wawancara yang dibuat sebelum terjun ke lapangan. Selanjutnya, jawaban dari informan digali dengan mengajukan pertanyaan mendalam, sehingga diperoleh informasi yang detail tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa dari para informan. Melalui teknik tersebut bisa diperoleh data yang bisa dipertanggungjawabkan secara metodologis dan ilmiah.

Peneliti dalam melaksanakan wawancara menggunakan pedoman wawancara yaitu rumusan-rumusan pertanyaan untuk mencari informasi yang dibutuhkan dan catatan lapangan. Peneliti juga menggunakan alat perekam dengan tujuan untuk mempermudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Wawancara mendalam dilakukan kepada 28 informan. Wawancara dilakukan secara berulang-ulang pada mahasiswa yang sedang membeli pakaian *seken* dan pada mahasiswa yang tidak sedang membeli pakaian *seken* namun peneliti mengetahui bahwa mereka sering membeli pakaian *seken*, penjual pakaian *seken* dan mahasiswa yang tidak membeli pakaian *seken*. Untuk informan yang tidak sedang membeli pakaian *seken* dan tidak sedang berada di lapak pakaian *seken*, peneliti sudah kenal dekat dengan informan sehingga mudah untuk mendapatkan informasi.

Peneliti mewawancarai informan dengan cara langsung bertatap muka dengan penjual dan mahasiswa pembeli pakaian *seken* dengan datang ke lapak pakaian *seken* yaitu di kawasan Khatib Sulaiman, Adabiah di daerah Jati, UPI di daerah Lubuk Begalung, Andalas, Labor, dan Alai dengan maksud membeli

pakaian *seken*. Peneliti hadir pada sore hari pada pukul 16.00 WIB sampai pada malam hari di lapak yang berbeda. Sambil memilh-milih pakaian yang ingin dibeli peneliti mewawancarai penjual pakaian *seken* dan pembeli pakaian *seken* yang ada di lapak pakaian *seken* tersebut.

I. Triangulasi Data

Agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan, dapat diuji kebenarannya dan terpercayanya suatu data yang diperoleh dalam penelitian, maka dilakukanlah triangulasi.⁴¹ Triangulasi sumber berarti membandingkan dan memeriksa kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui informan atau sumber yang berbeda. Data yang diperoleh dari suatu informan untuk memeriksa kepercayaan data, maka peneliti membandingkan data hasil pengamatan dengan wawancara, kemudian peneliti membaca ulang data secara sistemik (tersusun) dan memeriksa berulang kali.

Triangulasi teknik berarti pengecekan kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa cara atau teknik pengumpulan data dan pengecekan kepercayaan informan atau sumber data. Untuk memeriksa kembali data-data yang telah diperoleh dengan mengkombinasikan teknik observasi dan wawancara. Dari data hasil observasi untuk mengecek kebenarannya digunakan data wawancara dan dokumentasi sebagai data pembanding. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan triangulasi data dengan

⁴¹ Bungin, Burhan. 2003. Metode Triangulasi. Jakarta: PT Grafindo Persada.

mewawancarai mahasiswa pembeli pakaian *seken* dengan pertanyaan yang sama, penjual pakaian *seken* dan mahasiswa yang tidak membeli pakaian *seken* .

J. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data secara deskriptif. Data yang dikumpulkan tidak menggunakan perhitungan secara statistik, namun lebih menekankan pada interpretasi kualitatif dalam mencapai pengertian dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari informan.

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah model Milles dan Huberman yaitu model analisis interaktif (*interactive model of analysis*) yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu suatu proses pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan kata-kata kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan (*fieldnote*). Setiap mengumpulkan data tertulis dengan rapi, terinci, dan sistematis. Kemudian dibaca, dipelajari, dan dipahami agar data-data didapat bisa dimengerti. Selanjutnya, dilakukan proses pemilihan yaitu memilih hal-hal yang pokok, membuat ringkasan, dan difokuskan pada hal-hal yang penting, sehingga sesuai dengan rumusan masalah. Setelah data terkumpul,

maka data tersebut diseleksi dan disimpulkan. Jika masih ada data yang belum lengkap, maka kembali dilakukan wawancara ulang dengan informan.

Dalam penelitian ini, reduksi data dengan menerangkan data yang sudah terkumpul tentang mahasiswa yang membeli pakaian *seken* dan penjual pakaian *seken*. Setelah itu jawaban yang sama dari informan dikelompokkan sehingga nampak perbedaan-perbedaan informasi yang didapatkan di lapangan. Jika masih ada yang belum lengkap maka kembali dilakukan wawancara dengan informan.

b. Penyajian Data (Display Data)

Data yang telah direduksi, selanjutnya disajikan guna dilakukan analisis terhadap temuan-temuan penelitian dalam bentuk tulisan dengan dilakukan display data dapat memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, dengan melakukan penyajian data peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan, lebih jauh menganalisis atukah mengambil tindakan berdasarkan pemahaman yang didapat dari penyajian data tersebut. Jadi dengan adanya penyajian data, peneliti dapat memahami tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada penarikan kesimpulan ini, awalnya peneliti melakukan penelitian terlebih dahulu, kemudian mencari makna dari data yang diperoleh, verifikasi

dengan cara berfikir ulang selama melakukan penulisan, meninjau kembali catatan di lapangan, dan bertukar pikiran agar bisa mengembangkan data. Selanjutnya menganalisis data dengan cara membandingkan jawaban dari informan mengenai permasalahan penelitian yang sifatnya penting, apabila sudah sempurna, maka hasil penelitian yang sudah diperoleh akan tertulis dalam bentuk laporan akhir.

Kesimpulan akhir diambil dengan cara menggabungkan dan menganalisis keseluruhan data yang didapat saat peneliti berada di lapangan baik dengan wawancara maupun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu tentang pola konsumsi pakaian *seken* oleh kalangan mahasiswa di Kota Padang.