

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini peneliti melakukan tinjauan pustaka terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian mengenai Tindakan sosial konsumsi pakaian bekas pada masyarakat perkotaan. Tinjauan pustaka yang dilakukan oleh peneliti adalah tinjauan terhadap penelitian sebelumnya yang sejenis atau terkait dengan penelitian peneliti. Berikut ini adalah matriks yang dibuat oleh peneliti untuk memudahkan peneliti dan pembaca dalam melihat perbedaan antara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian sebelumnya, beberapa penelitian sejenis dan terkait yang peneliti gunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Pertanyaan	Metodologi	Teori	Hasil Penelitian
1.	Karya Asmar Efendi Nasution & Suci Rahma Nio. Jurnal Riset Psikologi Vol. 2019 No. 2 (2019). “HUBUNGAN DIMENSI GAYA HIDUP DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECOND HAND”	Apakah terdapat hubungan dimensi gaya hidup dengan keputusan pembelian pakaian <i>second hand</i> .	Kuantitatif	Pengambilan keputusan konsumen	Berdasarkan hasil penelitian terdapat hubungan antara dimensi gaya hidup (AIO) dengan keputusan pembelian pakaian <i>second hand</i> pada mahasiswa psikologi kampus V UNP

No	Judul Penelitian	Pertanyaan	Metodologi	Teori	Hasil Penelitian
2.	Karya Zachary Fadli, Agustinus Februadi & Widi Senalajari. Jurnal Ilmiah (2021). “MENGUKUR TINGKAT PERSEPSI RISIKO KONSUMEN TERHADAP PRODUK PAKAIAN BEKAS”	Bagaimana tingkat persepsi risiko dari konsumen produk pakaian bekas.	Kualitatif dan Kuantitatif	Persepsi resiko	Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa aspek kebersihan adalah faktor risiko yang paling dikhawatirkan oleh konsumen pakaian bekas.
3.	Karya Haedar Ramadhan Skripsi (2017) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. “REALITAS IMPOR PAKAIAN BEKAS DI KOTA SURABAYA”	Bagaimana realitas impor pakaian bekas di kota Surabaya.	Kualitatif	Konsep global village	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan realitas impor pakaian bekas di kota Surabaya masih marak terjadi membuat indikasi bahwa dalam implementasi permendag masih belum sepenuhnya terlaksana.
4.	Karya Firda Khoirun Nisya & Dwi Desi Yai Tarina. Jurnal Humani Vol. 11 No. 2 (2021). “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP	Bagaimana perlindungan konsumen serta pengawasan yang dilakukan pengelola pasar senen terhadap	Yuridis empiris Kualitatif	Perlindungan Konsumen	Berdasarkan hasil penelitian didapatkan praktik penjualan pakaian bekas impor dipasar senen jaya terdapat ada sejumlah

No	Judul Penelitian	Pertanyaan	Metodologi	Teori	Hasil Penelitian
	KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI PAKAIAN BEKAS IMPOR DI PASAR SENEN JAYA”	praktik jual beli pakaian bekas impor di Pasar Senen Jaya.			pelaku usaha yang cukup banyak yang melanggar aturan yang telah ada pengaturannya
5.	Karya Zuriah Nasution Skripsi (2018) Universitas Sumatera Utara. “PEDAGANG PAKAIAN SEKEN (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjungbalai Sumatera Utara)”	Bagaimana Faktor-faktor penyebab maraknya penjualan pakaian impor bekas di kota tanjungbalai	Kualitatif	Fungsionalisme	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab maraknya penjualan pakaian impor bekas adalah karena peminatnya masih banyak, juga di dorong karena kebutuhan hidup para pedagang.

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan diatas maka penulis simpulkan hasil penelitian yang telah ditemukan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Pertama temuan yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya yaitu pada hasil jurnal karya Asmar Efendi Nasution & Suci Rahma Nio¹² dengan judul “Hubungan Dimensi Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Pakaian Second Hand”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan konsep yang

¹² Asmar Efendi Nasution and Suci Rahma Nio, “Hubungan Dimensi Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian Pakaian Second Hand,” *Jurnal Riset Psikologi* Vol.2 (2019).

digunakan adalah pengambilan keputusan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ukuran gaya hidup dengan keputusan pembelian pakaian bekas, dengan p-value sebesar 0,026 ($p < 0,05$). Secara parsial dimensi gaya hidup *Activity* dan *Opinion* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian pakaian bekas, sedangkan ukuran minat terhadap gaya hidup tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian pakaian bekas. Subyek penelitian ini yaitu mahasiswa psikologi kampus V Universitas Negeri Padang yang berjumlah 70 orang dengan menggunakan teknik analisis data penelitian yaitu analisis regresi.

Kedua, temuan yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya yaitu pada hasil jurnal karya Zachary Fadli, Agustinus Februadi & Widi Senalasar¹³ dengan judul “Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif sedangkan konsep yang digunakan adalah persepsi risiko. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek kebersihan merupakan faktor risiko yang paling diperhatikan konsumen. Konsumen asumsikan bahwa produk pakaian yang umum digunakan memiliki tingkat kebersihan yang buruk. Hal ini menyebabkan konsumen merasa khawatir akan tertular virus atau penyakit jika menggunakan produk pakaian bekas. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa aspek estetika, sosial dan fungsional produk bukanlah faktor utama yang dikhawatirkan konsumen produk pakaian bekas. Penelitian ini dilakukan terhadap 266 responden di Jawa Barat.

¹³ Zachary Fadli et al., “Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas,” *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 2021.

Ketiga, temuan yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya yaitu pada skripsi karya Haedar Ramadhan¹⁴ dengan judul “Realitas Impor Pakaian Bekas Di Kota Surabaya”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan konsep yang digunakan adalah global village. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua motif importir pakaian bekas di Surabaya, yang pertama dan paling dominan adalah motif ekonomi, hal ini dikarenakan pakaian bekas yang diimpor dari negara asal sangat murah dan jika dijual di Surabaya juga sangat murah dibanding pakaian baru, sehingga bisa menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan besar. Motif kedua adalah motif sosial, motif sosial yang dimaksud di sini mengacu pada peningkatan kesempatan kerja dan pengurangan pengangguran ketika pakaian bekas impor didatangkan ke Kota Surabaya.

Keempat, temuan yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya yaitu pada hasil jurnal karya Firda Khoirun Nisya & Dwi Desi Yayi Tarina¹⁵ dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Pasar Senen Jaya”. Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris kualitatif sedangkan konsep yang digunakan adalah perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa didapatkan praktik penjualan pakaian bekas impor dipasar senen jaya terdapat sejumlah pelaku usaha yang cukup banyak melanggar aturan yang telah ada peraturannya dan minimnya kontrol terhadap pengelolaan pakaian bekas impor di pasar Senen Jaya.

¹⁴ Haedar Ramadhan, “Realitas Impor Pakaian Bekas Di Kota Surabaya” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017.

¹⁵ Firda Khoirun Nisya et al., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Impor Di Senen Jaya,” *Jurnal Hukum Dan Masyarakat Madani* Vol.11, No.2 (2021).

Kelima, temuan yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya yaitu pada skripsi karya Zuriah Nasution¹⁶ dengan judul “Pedagang Pakaian Seken (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjungbalai Sumatera Utara)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan konsep yang digunakan adalah fungsionalisme. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah pakaian bekas menjadi pilihan lain bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sandang. Isu pedagang pakaian bekas di pasar TPO di Kota Tanjong Palai menjadi menarik karena seharusnya perdagangan ilegal ini sudah tidak berlaku lagi. Namun demikian, banyak faktor yang kemudian mempengaruhi adanya perdagangan impor pakaian bekas, yang melibatkan berbagai faktor yang berperan di dalamnya, yaitu tingginya minat beli pakaian bekas, minimnya modal usaha pedagang, dan upaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Seperti yang terlihat dari beberapa penelitian di atas, maka perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pada lokasi dan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini mengenai tindakan sosial konsumsi pakaian bekas pada masyarakat perkotaan. Karena bukan hanya kualitas dan harga yang mendorong tindakan masyarakat untuk membeli pakaian bekas, namun terdapat faktor lain yang turut mendorong tindakan tersebut. Oleh karena itu, penulis berharap melalui penelitian ini dapat memahami lebih jauh dan melengkapi beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan pembahasan mengenai tindakan sosial konsumsi pakaian bekas pada masyarakat perkotaan.

¹⁶ Zuriah Nasution, “Pedagang Pakaian Seken (Studi Kasus Pada Pasar TPO Kota Tanjungbalai Sumatera Utara)” Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2018.

2.2 Kerangka Konsep dan Teori

Dalam hal ini, untuk membahas serta menganalisa pokok permasalahan yang akan diteliti, maka pada bab ini akan dipaparkan tinjauan pustaka yang berisi teori sebagai acuan dalam membangun kerangka pemikiran terhadap permasalahan yang akan diteliti.

2.2.1 Pengertian Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to consume* yang berarti menggunakan atau mengkonsumsi. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kata konsumsi diartikan sebagai penggunaan barang hasil produksi, baik itu pakaian, makanan, dan sebagainya, maupun barang yang langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Konsumsi juga didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia (*the use of goods and services in the satisfaction of human wants*)¹⁷. Manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, manusia ingin semua kebutuhannya terpenuhi, alat pemuas kebutuhan manusia yang terdiri dari barang dan jasa sangat terbatas.

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Barang-barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup ini bergantung pada pendapatan yang diterima. Barang yang diproduksi oleh produsen tidak hanya digolongkan sebagai barang mewah dan barang tidak mewah, tetapi juga dapat dibedakan menjadi barang kebutuhan pokok dan barang yang tergolong bukan kebutuhan pokok.

¹⁷ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro Dan Makro* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), hal 147.

Pengertian konsumsi menurut para ahli, menurut Don Slater (1997), menyimpulkan bahwa konsumsi adalah cara orang dan aktor sosial mengaitkan kebutuhannya dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Dengan definisi tersebut, maka konsumsi mengacu pada semua aktivitas sosial yang dilakukan orang sehingga mereka dapat digunakan untuk mengkarakterisasi dan mengidentifikasi selain apa yang mereka lakukan dalam hidup (Cheney, 2004)¹⁸. Menurut Weber, konsumsi adalah selera yang mengikat kelompok untuk bersaing dalam bentuk penggunaan barang secara simbolis. Keberhasilan dalam persaingan ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber budaya guna meningkatkan prestis dan solidaritas dalam kelompok¹⁹.

Sedangkan menurut Suherman Rosyidi bahwa konsumsi adalah setiap kegiatan memakai, menggunakan atau menikmati suatu barang atau jasa untuk memenuhi suatu kebutuhan. Pengertian konsumsi dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu konsumsi langsung dan tidak langsung. Konsumsi langsung mengacu pada pengonsumsi barang secara langsung dilakukan oleh pengguna barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti makanan, minuman, pakaian, dan lain-lain, yang langsung digunakan oleh pengguna. Sedangkan konsumsi tidak langsung mengacu pada penggunaan barang konsumsi berupa barang dan jasa, bukan langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna

¹⁸ Drajad Tri Kartono, *Pengertian Dan Ruang Lingkup Sosiologi Konsumsi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2010), hal 10.

¹⁹ "Sosiologi Ekonomi Konsumsi Dan Gaya Hidup," (<https://www.kompasiana.com/makalah-sosiologi-ekonomi-konsumsi-dan-gaya-hidup>) Diakses pada 27 Juli 2022.

komoditas. Misalnya, pembelian bahan buku pabrik dapat diklasifikasikan sebagai tindakan konsumsi tetapi itu bukan konsumsi langsung²⁰.

Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah tindakan setiap orang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Tindakan konsumen tidak hanya terkait dengan makan dan minum, tetapi juga dengan tindakan ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai pakaian, membeli dan menggunakan kendaraan, membeli dan memakai sepatu, dan lain-lain. Dengan demikian, tindakan konsumsi dipahami tidak hanya sebagai makanan, minuman, pakaian dan perumahan, tetapi juga harus dipahami dalam fenomena dan realitas yang berbeda.

Berdasarkan dari beberapa pengertian yang telah dipaparkan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa konsumsi merupakan suatu kegiatan manusia yang diperuntukkan guna memenuhi kebutuhannya sehari-hari yang bernilai dalam kehidupan baik berupa barang dan jasa untuk kepuasan secara langsung serta pada hakikatnya mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan.

2.2.2 Pengertian Pakaian Bekas

Pakaian adalah bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup atau pelindung tubuh, seperti kaki dengan sepatu atau sandal dari benda tajam dan kotoran, kepala dengan topi, dan pakaian, celana panjang, atau rok sebagai pelindung tubuh dari cuaca panas dan dingin. Pakaian merupakan salah satu alat kelompok masyarakat untuk saling berkomunikasi dan mengekspresikan diri,

²⁰ Ibid, hal 166.

serta sering digunakan sebagai simbol identitas budaya. Pakaian merupakan ekspresi dan cerminan identitas kelas, bahwa manusia adalah anggota kelas sosial dan menyampaikan keanggotaannya melalui pakaian. Pakaian yang dikenakan manusia memiliki banyak fungsi di dalamnya. Menurut Morris (2002:302), pakaian yang dikenakan oleh manusia memiliki tiga fungsi mendasar, yaitu memberikan kenyamanan, kesopanan, dan pamer (*display*). Sedangkan menurut Marilyn dan Gurel²¹, pakaian yang dikenakan manusia memiliki fungsi pelindung. Menurut teori ini, pakaian dipandang sebagai benteng antara manusia dan lingkungannya, melindungi mereka dari unsur-unsur fisik dan psikologis yang dapat membahayakannya.

Sedangkan bekas adalah sesuatu yang sudah tidak terpakai atau sisa pakai yang sudah tidak digunakan lagi oleh pemiliknya, tetapi belum tentu tidak bisa digunakan. Dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pakaian bekas adalah benda atau barang yang dipakai oleh seseorang untuk menutupi tubuhnya namun barang tersebut telah dipakai oleh orang lain. Pakaian *second branded* atau *preloved* adalah sebuah kosa kata bahasa Inggris yang mengacu pada barang-barang yang sebelumnya dimiliki dan akan berpindah tangan, atau istilah lain yaitu *secondhand* (pakaian bekas).

Produk pakaian bekas sendiri memiliki kode HS tersendiri dalam klasifikasi komoditas menurut World Customs Organization (WCO) yaitu HS 6309 (*Worn clothing and articles*) dan 6310 (*Rags, scrap twine, cordage, rope*)²².

²¹ Marilyn dan Gurel, *The Second Skin* (Boston: Houghton Mifflin Company, 1968), hal 33.

²² Op.Cit., Tim Analisis, hal 6.

Apabila di kaitkan dengan makna pakaian yang merupakan produk tekstil penutup tubuh manusia, maka dapat dikatakan bahwa ruang lingkup pakaian bekas diantaranya²³:

1. Produk tekstil yang sudah pernah digunakan sebelumnya sebagai penutup tubuh manusia.
2. Produk tekstil yang ketinggalan masanya sehingga menjadi produk sisa karena tidak laku dipasarkan.
3. Produk tekstil yang dinilai telah rusak atau tidak layak dipakai lagi oleh pemiliknya terdahulu.

Pakaian bekas tersebut merupakan produk impor yang masuk ke Indonesia dan tidak semuanya berkualitas baik, namun sebagian besar pakaian bekas impor yang dijual akan disortir terlebih dahulu dan di cuci, sehingga memiliki kualitas yang baik dan tentunya masih layak untuk dipakai, meskipun demikian pakaian bekas tetap menjadi salah satu tujuan sosial masyarakat untuk menemukan gaya yang berbeda dengan yang lain, karena sebagian besar pakaian bekas memiliki merek ternama yang terkenal dan model pakaian yang tidak pasaran. Pakaian ini mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat, yaitu selain memiliki kualitas yang baik juga harga yang relatif murah. Umumnya pakaian bekas ini memiliki merek-merek yang sudah diakui kualitasnya dan dengan model yang tidak ketinggalan zaman.

²³ Putu Edgar Tanaya dan I Made Dedy Priyanto, "Larangan Penjualan Pakaian Bekas Impor Di Indonesia," *Laporan Akhir Hibah Penelitian Unggulan Program Studi Udayana*, 2017.

2.2.3 Masyarakat Perkotaan

Masyarakat perkotaan atau sering disebut dengan *urban community*. Pengertian ini lebih menekankan pada sifat-sifat kehidupan dan ciri-ciri kehidupan yang berbeda dengan masyarakat pedesaan. Perhatian khusus masyarakat perkotaan dapat terlihat pada aspek pakaian, makanan, perumahan dan transportasi dan masih banyak lagi. Masyarakat perkotaan seringkali dianggap sebagai masyarakat modern (maju) dan dipertentangkan dengan masyarakat pedesaan yang akrab dengan istilah masyarakat tradisional, terutama dari segi budaya. Masyarakat modern adalah masyarakat yang sebagian besar warganya memiliki orientasi nilai-nilai budaya yang mengarah pada kehidupan dalam peradaban saat ini. Secara umum, masyarakat modern tinggal di daerah perkotaan dan oleh karena itu disebut masyarakat perkotaan.

Seperti yang kita ketahui bersama, masyarakat perkotaan selalu identik dengan individual, egois, materialisme, penuh kemewahan, dikelilingi gedung-gedung menjulang, perkantoran mewah, dan pabrik-pabrik besar. Asumsi dasar kita tentang kota adalah tempat keberhasilan seseorang (S. Meno dan Mustamine Alwi, 1992:34-35). Sedangkan menurut Bintarto (1984:36)²⁴ menjelaskan bahwa kota adalah jaringan kehidupan manusia yang bercirikan kepadatan penduduk yang tinggi dan diwarnai oleh strata sosial ekonomi yang heterogen dan gaya materialis. Secara demografis, kota didefinisikan sebagai sekelompok orang atau penduduk dengan ukuran jumlah dan wilayah tertentu. Karena itu, sebagai suatu prosedur yang umum, kota (urban) adalah tempat pemukiman yang mempunyai

²⁴ Beni Ahmad Saebani, *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota Dan Problematikanya* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2017) hal 40.

jumlah penduduk yang besar. Wilayah perkotaan ini menyebabkan kepadatan dari berbagai individu yang ingin merintis keinginannya dengan harapan dapat terwujud. Ditambah dengan kota yang merupakan area kehidupan sosial yang signifikan seiring dengan pertumbuhan kota, aktivitas dan mobilitas yang tinggi serta hubungan personal yang lemah tidak diragukan lagi telah menciptakan ruang bagi mereka untuk juga bertindak sesuai dengan cara hidup atau gaya hidup mereka melalui kelompok-kelompok yang terorganisir²⁵.

Sedangkan menurut Daldjoeni (1997:30) memandang lahirnya kota lebih dari munculnya suatu golongan spesialisasi nonagraris, bahwa orang yang berpendidikan menggambarkan bagian penduduk yang terpenting. Penafsiran ini dapat kita amati jika kota sudah menjadi pusat pelayanan (pelayanan pemerintahan, pendidikan, jasa, rekreasi dan lainnya) sekaligus pusat aktivitas sosial, aktivitas perekonomian, serta pusat-pusat hunian.

Dalam masyarakat perkotaan, para anggotanya terpisah-pisah, tidak saling mengenal, dan lebih terikat oleh ikatan kekerabatan yang bersifat langsung, serba lugas, lepas dari pribadi dan sentimen serta ikatan tradisi dengan tanpa kepemimpinan mapan. Adapun karakteristik masyarakat perkotaan yaitu:

1. Netral afektif yaitu masyarakat perkotaan yang menunjukkan sifat yang lebih mementingkan rasionalitas dan sifat rasional ini erat hubungannya dengan konsep *association*. Mereka tidak ingin mencampurkan hal-hal yang berhubungan dengan emosional atau perasaan umum dengan hal-

²⁵ Wahyu Hidayat, "Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus Terhadap Pelanggan Warung Kopi Di Kota Makasaar)", *Thesis Universitas Hasanudin* (2021).

hal yang bersifat rasional, itulah sebabnya masyarakat semacam ini disebut netral.

2. Orientasi diri yaitu manusia dengan kekuatannya masing-masing harus bisa mempertahankan dirinya sendiri, umumnya di kota tetangga itu bukan orang yang hubungan kekeluargaan dengan kita, oleh karena itu semua orang di kota sudah terbiasa hidup tanpa bergantung pada orang lain, sehingga cenderung menjadi individualistis.
3. Universalisme yaitu berkaitan dengan semua hal yang diterima secara umum, sehingga pemikiran rasional merupakan landasan universalisme yang sangat penting.
4. Prestasi yaitu kualitas seseorang yang memungkinkan orang tersebut diterima berdasarkan kecerdasan atau keahliannya.
5. Heterogenitas yaitu bahwa masyarakat perkotaan menunjukkan lebih banyak heterogenitas, yang berarti bahwa masyarakat terdiri dari lebih banyak komponen dalam susunan demografinya.

Berdasarkan berbagai pengertian diatas, maka dapat dipahami bahwa masyarakat perkotaan adalah kelompok masyarakat yang relatif mandiri, yang hidup bersama dalam waktu yang lama, yang mendiami suatu wilayah (lokalitas/tempatan) yang mandiri. Dalam penelitian ini masyarakat yang dimaksud adalah beberapa individu yang suka atau sering berkunjung dan membeli pakaian bekas di pasar senen Jakarta Pusat. Yang terdiri dari berbagai kalangan seperti pekerja karyawan, pelajar, ibu rumah tangga dan mahasiswa.

2.2.4 Tindakan Sosial

Tindakan manusia pada dasarnya berhubungan dengan aktivitas manusia, yaitu dengan segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia. Pada tingkat yang lebih kompleks, tindakan tidak hanya mengacu pada segala sesuatu yang dilakukan orang secara individu, tetapi juga pada praktik sekelompok aktor (kelompok-kelompok sosial). Tindakan sosial merupakan teori yang diteoritisasi oleh Max Weber, yang menurutnya tindakan sosial adalah tindakan yang memuat makna sosial. Makna sosial adalah sebuah aktivitas atau interaksi²⁶. Max Weber adalah salah satu pakar sosiologi dan sejarah bangsa Jerman, lahir di Erfurt, 21 April 1864 dan meninggal dunia di Munchen, 14 Juni 1920. Weber merupakan guru besar di Freiburg (1894-1897), Heidelberg (sejak 1897), dan Munchen (1919-1920)²⁷. Weber memandang sosiologi sebagai ilmu yang berusaha menjelaskan dan memahami (*interpretative understanding*) tindakan sosial dan hubungan antar sosial untuk sampai pada penjelasan kausal. Weber menganggap bahwa subject matter sosiologi adalah tindakan sosial yang penuh arti.

Menurut Max Weber mempelajari tindakan sosial berarti mencari pemahaman subjektif (tindakan individu), sebab yang dimaksud dengan tindakan sosial itu adalah tindakan individu selama tindakannya itu memiliki arti atau makna subjektif untuk dirinya serta ditunjukkan kepada tindakan orang lain. Sebaliknya tindakan individu yang ditunjukkan kepada barang mati ataupun objek fisik semata tanpa di hubungkannya dengan tindakan orang lain, maka bukan

²⁶ Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* (Los Angeles: University of California Press, 1978) hal 4.

²⁷ Hotman M Siahan, *Sejarah Dan Teori Sosiologi* (Jakarta: Erlangga, 1989) hal 90.

merupakan tindakan sosial. Dengan mempelajari perkembangan suatu pranata secara eksklusif dari luar tanpa mempertimbangkan tindakan manusia itu sendiri menurut Weber berarti mengabaikan aspek-aspek utama kehidupan sosial.

Max Weber mengatakan bahwa individu manusia dalam masyarakat adalah aktor yang kreatif dan realitas sosial bukan merupakan alat yang statis dari pada paksaan fakta sosial. Artinya, tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma, kebiasaan, nilai, dan sebagainya yang termasuk dalam konsep fakta sosial. Meskipun pada akhirnya Weber mengakui bahwa ada struktur dan institusi sosial dalam masyarakat. Dikatakan bahwa struktur sosial dan institusi sosial adalah dua konsep yang saling terkait yang membentuk tindakan sosial.

Max Weber mendefinisikan sosiologi sebagai ilmu tentang institusi sosial. Sosiologi Weber adalah ilmu tentang perilaku sosial. Menurutnya terdapat suatu pergeseran tekanan anggota masyarakat atas keyakinan, motivasi, dan tujuan, yang kesemuanya memberikan isi dan bentuk pada tindakan mereka. Weber menggunakan istilah perilaku untuk tindakan yang memiliki arti subjektif bagi pelakunya. Pelaku ingin mencapai suatu tujuan atau didorong oleh motivasi. Menurut Weber, perilaku menjadi sosial itu terjadi hanya ketika dan sejauh mana makna subjektif dari perilaku membuat individu menjadi reflektif dan menunjukkan keseragaman yang kurang lebih tetap. Dalam hal ini Weber memperkenalkan konsep pendekatan *verstehen* untuk memahami makna tindakan seseorang, menurutnya bahwa dalam tindakan seseorang tidak hanya sekedar melaksanakannya tetapi juga menempatkan dirinya dalam konteks pemikiran dan

perilaku orang lain. Konsep pendekatan ini lebih mengarah pada tindakan dengan tujuan yang ingin dicapai atau *in order to motive*²⁸.

Interaksi sosial merupakan perilaku yang dapat digolongkan sebagai tindakan sosial. Tindakan sosial yaitu proses dimana para aktor berpartisipasi dalam membuat keputusan subjektif tentang cara dan sarana untuk mencapai beberapa tujuan yang dipilih, tindakan melibatkan semua jenis perilaku manusia, yang diarahkan ke masa lalu, sekarang, dan perilaku yang diharapkan orang lain di masa depan. Tindakan sosial (*social action*) adalah tindakan yang memiliki makna subjektif (*a subjective meaning*) bagi dan dari aktor pelakunya. Tindakan sosial adalah semua perilaku manusia yang memiliki makna subjektif bagi pelakunya. Baik itu terbuka atau tertutup, yang diungkapkan secara eksternal atau diam-diam, itulah yang ditunjukkan oleh aktor pada tujuannya. Oleh karena itu, tindakan sosial bukanlah perilaku yang kebetulan, tetapi memiliki pola dan struktur tertentu, serta memiliki makna tertentu.

Weber secara khusus mengklasifikasikan tindakan sosial dengan makna subjektif tersebut kedalam empat tipe. Weber membagi tindakan sosial manusia menjadi empat tipe menurut rasionalitas tindakan sosialnya. Semakin rasional tindakan sosial, semakin mudah dipahami:

1. Tindakan Rasionalitas Instrumental (*Instrumentally Rational*)

Tindakan ini merupakan suatu tindakan sosial yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan pertimbangan dan pilihan sadar yang berkaitan

²⁸ I.B. Wirawan, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012) hal 79.

dengan tujuan tindakan dan tersedianya alat yang digunakan untuk mencapainya. Tindakan ini dipertimbangkan dengan cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, menilai dan mengidentifikasi tujuan yang dapat berfungsi sebagai cara untuk mencapai tujuan lain. Tindakan Rasional Instrumental juga dapat diartikan sebagai tindakan yang ditentukan oleh ekspektasi mengenai perilaku objek dalam lingkungan dan perilaku manusia lainnya. Harapan digunakan sebagai syarat atau alat untuk mencapai tujuan-tujuan sang aktor sendiri yang diperhitungkan berdasarkan rasional.

2. Tindakan Rasional Nilai (*Value Rational*)

Tindakan rasional nilai adalah tindakan yang dipandu oleh keyakinan yang mengakui nilai diri sendiri, suatu bentuk perilaku yang etis, estetis, religius atau sebaliknya, terlepas dari peluang keberhasilannya. Tindakan rasional nilai memiliki sifat dimana alat-alat yang ada hanyalah merupakan pertimbangan dan perhitungan yang sadar, sedangkan tujuannya sudah ada dalam kaitannya dengan nilai-nilai individu yang mutlak.

3. Tindakan Afektif (*Affectual Action*)

Tindakan afektif merupakan tindakan yang ditentukan oleh kondisi emosional sang aktor. Jenis tindakan sosial ini lebih didominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual maupun perencanaan sadar. Tindakan afektif sifatnya spontan, tidak rasional, serta merupakan ekspresi emosional dari individu. Tindakan ini umumnya terjalin atas rangsangan dari luar yang bersifat otomatis sehingga bisa berarti.

4. Tindakan Tradisional (*Traditional Action*)

Tindakan tradisional merupakan tindakan yang ditetapkan oleh cara-cara berperilaku sang aktor yang biasa serta umum. Berdasarkan jenis tindakan tipe ini, seseorang memperlihatkan perilaku tertentu sebab kebiasaan, tanpa refleksi yang sadar ataupun perencanaan. Tindakan dilakukan hanya karena kebiasaan yang terjalin dalam masyarakat tanpa menyadari sebabnya ataupun tanpa perencanaan serta metode dalam menggapai tujuan.

Weber melihat keempat tindakan ini sebagai tipe ideal (*ideal type*), yaitu konstruksi konseptual yang merupakan aspek kunci utama dari berbagai jenis tindakan yang berbeda. Weber mengakui bahwa tidak banyak tindakan jika ada yang seluruhnya sesuai dengan salah satu tipe ideal ini. Weber berpendapat bahwa sebagian besar tindakan dapat dilihat sebagai elemen dengan empat tindakan yang diidentifikasi tersebut. Rasionalitas merupakan konsep dasar yang digunakan oleh Weber dalam mengklasifikasikan jenis-jenis tindakan sosial. Rasionalitas dalam konteks tindakan adalah perhitungan cara yang wajar untuk mencapai tujuan berdasarkan pilihan yang masuk akal, dengan menggunakan cara yang efektif, dimana mengacu pada tindakan dan berusaha untuk mencapai nilai yang diinginkan. Konsep rasionalitas digunakan oleh Weber sebagai kunci untuk analisis secara objektif mengenai makna-makna subjektif dan sebagai dasar untuk membandingkan tentang jenis tindakan sosial. Weber menggunakan konsep rasionalitas untuk membagi beberapa macam tindakan sosial. Semakin rasional tindakan sosial tersebut, maka semakin mudah dipahami.

Hasil studi Weber tentang tindakan sosial dapat dianggap sebagai data empiris. Tindakan sosial Weber dibagi menjadi dua bagian. Fokus pertama penelitian Weber adalah *reactive behavior*, yaitu reaksi spontan terhadap perilaku yang memiliki makna subjektif, yaitu tindakan yang dilakukan atas dasar spontanitas belaka. Jenis tindakan ini adalah tindakan yang tidak memiliki tujuan atau tidak disadari sebelumnya oleh orang tersebut. Fokus kedua dari penelitian Weber adalah sosial action, yang merupakan hasil dorongan atau reaksi dari perilaku manusia yang menjalankan fungsinya sebagai anggota masyarakat. Secara tidak langsung, tindakan ini lebih subjektif daripada tindakan yang dilakukan oleh individu dalam lingkungan masyarakat.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori tindakan sosial Max Weber sebagai unit analisis penelitian terkait dengan motivasi masyarakat membeli pakaian bekas, apakah pembelian tersebut dilakukan secara sadar dan telah dipertimbangkan dengan pilihan yang dipilih secara sadar (actor) yang berorientasi ekonomi, yang secara strategis bertindak menggunakan cara yang tepat untuk mencapai tujuan mereka.

2.3 Kerangka Pemikiran

