



Strategi Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru

Agnes Dewina Simarmata¹, Teguh Widodo²

^{1,2} Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Riau, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.2013>

*Correspondence: Agnes Dewina Simarmata

Email: agnes.dewina5833@student.unri.ac.id

Received: 11-10-2024

Accepted: 15-11-2024

Published: 03-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Indonesia merupakan negara berkembang yang termasuk dalam pertumbuhan ekonomi (emerging and developing economies). Perkembangan perekonomian kota sangat ditentukan oleh cepatnya arus sistem perdagangan di kota Pekanbaru. Salah satu tempat penjualan atau perdagangan yang sampai saat ini tetap masih ada dan juga ramai pengunjung di Kota Pekanbaru adalah pasar kodim kota Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Kodim Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui apa saja faktor hambatan yang dialami pedagang dalam melakukan penjualan pakaian bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru. 2) Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pedagang pakaian bekas dalam menjual dagangannya di Pasar Kodim Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan adalah Teori Strategi. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menentukan subjek adalah purposive sampling. Subjek penelitian ini sebanyak lima orang. Instrumen data dari penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pedagang pakaian bekas di Pasar Kodim memiliki strategi yang berbeda-beda dalam berjualan pakaian bekas di Pasar Kodim untuk mendapatkan hasil dan keuntungan yang lebih dari berjualan pakaian bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru.

Keywords: Strategi, Kondisi Pasar, Faktor Penghambat

Pendahuluan

Perdagangan merupakan bidang yang berkembang pesat, antara berbagai usaha dagang, jual beli pakaian bekas yang sangat diminati karena memungkinkan dapat memperoleh keuntungan dengan modal yang relatif kecil. Tingginya minat masyarakat terhadap pakaian bekas menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pendapatan yang tinggi bagi para pedagang pakaian bekas. Minat yang terus meningkat ini memberikan peluang bagi usaha pedagang pakaian bekas dan memberikan keuntungan yang diperoleh dan mengembangkan bisnis mereka di industri pakaian bekas, menurut penelitian Fretes et al (2023). Dari sisi ini dapat dilihat bahwa kondisi perekonomian yang terjadi, pada pedagang pakaian bekas dapat meningkat akibat minat masyarakat terhadap pakaian bekas dan harga yang terjangkau dan relative kecil.

Pakaian tidak hanya sekedar digunakan untuk melindungi tubuh semata, namun memiliki fungsi yang lebih banyak dalam membentuk citra diri dengan gaya pakaian sehingga dapat membuat lebih percaya diri dilingkungan sekitar, dan juga pakaian

memiliki fungsi agar seseorang dapat diterima dilingkungan sosial sehingga dapat mendorong individu di kalangan masyarakat untuk menjadi seperti yang diinginkan sesuai dengan cara berpakaian pada lingkungannya. Oleh karena itu, kebutuhan sandang, pangan, papan bukan hanya sekedar kebutuhan pokok semata yang berfungsi untuk pertahanan diri dalam kehidupan, namun memiliki fungsi lain agar dapat bertahan hidup dilingkungan sosial, ekonomi, dan politik.

Untuk memenuhi kebutuhan hidup maka ada juga pelaku usaha pedagang pakaian untuk memenuhi kebutuhan hidup individu dan Masyarakat. Pedagang pakaian merupakan orang yang memperjual belikan dalam bentuk pakaian untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, adapun jenis usaha pelaku pedagang yaitu pedagang pakaian bekas.

Kata bekas atau pembelian bekas sendirinya adalah hemat atau penghematan. Pengertian ini bertujuan pada perilaku hemat terhadap uang yang dikeluarkan. Contohnya seperti berbelanja produk yang lebih murah. Penjelasan tentang pakaian bekas juga mengarah pada suatu aktivitas berbelanja produk bekas, yang dinilai memiliki harga yang lebih murah tetapi kualitas barangnya tidak bisa disangka yaitu bagus-bagus, sehingga dianggap lebih hemat. Kegiatan seperti berbelanja produk bekas ini biasanya berupa produk lokal maupun impor. Melansir situs The Daily Star, maksud dari *thrifting* atau pakaian bekas tersebut kemudian menjadi tren di masyarakat global, tak terkecuali di Indonesia. Kegiatan *ini* biasa dilakukan dengan membeli produk bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru yang menjual produk pakaian bekas.

Para pedagang pakaian bekas akan memperjual belikan atau menawarkan pakaian bekas yang mereka jual kepada pelanggan dalam bentuk untuk menarik pelanggan atau pembeli yang mereka gunakan masing-masing, ada yang berupa seperti memajang kepala di kios mereka, kepala yang artiannya adalah barang yang paling bagus mereka punya supaya pelanggan tertarik untuk masuk kedalam kios mereka, memberikan harga yang lebih terjangkau dari pedagang lainnya untuk menarik pelanggan, dan juga menjual yang hanya satu jenis bentuk barang bekas seperti pakaian saja atau celana saja, supaya memudahkan pelanggan untuk mencari apa yang mereka inginkan.

Menjual atau membeli pakaian bekas menjadi salah satu fenomena akibat perkembangan fashion yang terjadi di Indonesia. Pihak yang menjual pakaian bekas telah banyak ditemukan dengan sangat mudah karena banyak menggunakan pakaian bekas sebagai kesempatan untuk menjalankan usaha berdagang yang tidak hanya berada di pasar tradisional saja tetapi mall juga dapat ditemukan bahkan dengan perkembangan zaman saat ini, pakaian bekas juga sudah diperjual belikan secara online. Fenomena akan maraknya pakaian bekas dapat menjadi salah satu adaptasi terhadap perkembangan tren Thrift atau pakaian bekas murah, adaptasi yang dimaksud adalah tentang bagaimana masyarakat yang menjadi pedagang atau pelaku usaha pakaian bekas dapat memanfaatkan peluang dari pakaian bekas yang akan dijual kembali dan bagaimana para pedagang atau pelaku usaha menjalankan strategi untuk mendapat hasil yang lebih untung. Menurut Chris (2006) Pasar adalah pasar yang memiliki peran penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia termasuk di dalam Kota Pekanbaru dan memiliki keunggulan bersaing secara sehat.

Pasar adalah tempat terjadinya sebuah tawar menawar antara pedagang dan pembeli yang terjadi secara langsung untuk mendapatkan barang yang diinginkan dipasar. Dalam ilmu sosiologi pasar merupakan tempat interaksi antara pedagang dan pembeli untuk menghasilkan uang dan barang yang mereka lakukan secara tawar menawar. Kegiatan menawarkan dagangan dilakukan pada produsen dan pedagang. Pedagang menawarkan dagangannya langsung kepada pembeli dan pada umumnya kegiatan pendistribusian dilakukan dipasar.

Menurut Schiffman (2013) dalam memutuskan dan membeli merupakan pemilihan dari dua atau lebih cara dalam pemilihan keputusan pembelian, artinya bahwa individu dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa cara dalam pemilihan. Menurut pendapat Swastha dalam Ghoniyah (2013) memutuskan membeli adalah tindakan yang terjadi secara langsung dan bukanlah merupakan satu tindakan saja tetapi terdapat dari beberapa tindakan yang meliputi tentang jenis produk, merek, harga, kualitas, kuantitas waktu pembayaran, dan cara pembayaran dalam bentuk mengumpulkan info yang diperolehnya.

Berdasarkan Perpers no. 112 Tahun tentang pemataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern, di definisikan bahwa pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui sebuah tawar menawar.

Pasar Kodim yang berada di kota Pekanbaru adalah salah satu pasar yang masih beroperasi di Pekanbaru, salah satunya pada bidang pakaian bekas (kain seken). Pakaian bekas atau bisa disebut dengan kain seken merupakan bahan premium dan barang yang bagus dan memiliki merek tetapi yang tidak digunakan. Kain thrift atau pakaian bekas ini berasal dari berbagai negara seperti singapura, malaysia, china, dan negara lainnya yang mengimpor kain thrift. Adapun yang menjadi bukti dari pakaian bekas yang menjadi marak atau tren yang diperjual belikkan, terlihat dari salah satu tempat terjadinya lokasi penelitian penulis yaitu di Pasar Kodim Kota Pekanbaru.

Tabel 1.1

Gambar Fungsi Gedung Pasar Kodim Kota Pekanbaru

Nama Gedung	Fungsi Gedung
Gedung A	Mall Pasar Kodim
Gedung B	Pusat dan Eceran Pasar Kodim
Gedung C	Pasar Tradisional

Sumber: PT. Peputra Maha Jaya (PT. PMJ)

Tabel 1. 1
Jumlah Kios Dari Pedagang Bekas Gedung C
Pasar Kodim Kota Pekanbaru

Gedung C	Jumlah Kios	Jumlah Pedagang
Lantai Dasar	24 Kios	24 Pedagang
Lantai Satu	145 Kios	90 Pedagang
Lantai Dua	157 Kios	150 Pedagang

Sumber: Olahan Data

Berdasarkan Tabel 1.2 penulis menyampaikan Gedung C pada lantai 2 terdapat 326 kios keseluruhan dengan 90 pedagang bekas yang menjual berbagai barang bekas yang berupa sepatu, tas, gordien, dan spring bed. Ada 174 pedagang pakaian bekas yang menjual pakaian bekas yang berupa baju, celana, dan lain-lain.

Menurut data yang diteliti oleh peneliti dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru bahwa Pasar Kodim merupakan pemasok pakaian bekas yang ada di Kota Pekanbaru, pedagang-pedagang yang berada di Pasar Kota Pekanbaru ini kebanyakan memesan atau membeli pakaian bekas ini dari Pasar Kodim dan akan diperjual belikan kembali di pasar-pasar yang ada di Kota Pekanbaru ini.

Menurut data yang diteliti oleh peneliti dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru bahwa Pasar Kodim merupakan pasar yang masih beroperasi dan paling banyak menjual pakaian bekas di pasar yang ada di Kota Pekanbaru. Dari pasar-pasar yang ada di Kota Pekanbaru ini pasar kodim adalah pasar yang paling banyak menjual barang bekas yang berupa pakaian, sepatu, dan lain-lainnya. Dan juga para pedagang-pedagang yang memiliki toko tersendiri dari pasar-pasar di Kota Pekanbaru ini seperti pasar burung (pasar palapa), pasar selasa, dan pasar cikpuan dan pasar kaget yang menjual pakaian bekas para pedagang tersebut kebanyakan membeli pakaian bekas dari pasar kodim karena para toke di pasar Kodim akan memberikan harga sesuai penjual buat para pedagang yang ingin berjualan pakaian bekas di toko yang mereka punya, dan akan diperjual belikan kembali di pasar-pasar yang ada di Kota Pekanbaru, tetapi buat para pembeli di Pasar Kodim para Toke akan memberikan harga setara barang yang mereka jual dan tidak sama dengan para pedagang yang ingin memperjualkannya Kembali.

Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji secara sosiologis mengenai strategi seperti apa yang telah dilakukan oleh para pedagang atau pelaku usaha pakaian bekas yang berada di Pasar Kodim Kota Pekanbaru dalam memperjual belikan dagangannya kepada pelanggan supaya mendapatkan keuntungan dan bukan kerugian meskipun banyaknya pedagang yang sama dalam berjualan pakaian bekas di lokasi dan tempat yang sama. Homogenitas (kesamaan) pedagang tersebutlah yang menjadi alasan kenapa penulis ingin mengkaji serta menganalisis melalui penelitian tentang strategi yang dilakukan oleh para pedagang atau pelaku usaha

Metode

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah pedagang pakaian bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru. Metode ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang merupakan sebuah teknik pengambilan sampel, dikarenakan penelitian ini menentukan kriteria mengenai responden mana saja yang akan dipilih sebagai sampel dan terbagi menjadi kriteria tertentu yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian.. Keberadaan pedagang pakaian bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru merupakan suatu keunikan bagi Masyarakat yang berada di Kota Pekanbaru, karena di Kota Pekanbaru ini yang menjual pakaian bekas terbanyak hanya berada di Pasar Kodim, dan Pasar Kodim juga merupakan lokasi dan tempat yang strategis dan sudah terdapat di Gmaps jadi Masyarakat Kota Pekanbaru maupun luar Kota Pekanbaru mudah menemui lokasi Pasar Kodim ini. Di Pasar Kodim ini juga bukan hanya lokasi dan tempat saja yang strategi tetapi harganya juga tergolong murah buat kalangan remaja dan dewasa, maka dari itu kain bekas di Pasar Kodim ini memiliki banyak peminat.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengambilan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yang diperoleh dari wawancara bersama subjek, dan foto informan yang didapatkan secara langsung dan sumber data sekunder yang diperoleh dari misalnya internet, media sosial, jurnal, berita online dan lain sebagainya. teknik yang digunakan untuk menentukan subjek adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan dari penelitian ini ialah, berjenis kelamin pria dan wanita, lama berdagang 5-30 tahun lamanya, selaku pedagang yang berjualan pakaian bekas dipasar Kodim (Pasar Senayan), dan juga informan yang dapat bersedia untuk diwawancarai dan dianggap bisa menjawab permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti, melalui wawancara, serta observasi, dan dokumentasi. Peneliti melibatkan interaksi langsung dengan mereka untuk memahami dalam berjualan pakaian bekas dan menjalankan pekerjaan ini memiliki tantangan yang dihadapi, oleh para pedagang, adanya kesamaan jenis kain dalam berjualan pakaian bekas, hasil yang kurang atau pas-pasan, perubahan tren fashion, kualitas barang, regulasi dan perizinan, perizinan pemasokan barang dan faktor-faktor yang mendorong mereka untuk memilih berjualan pakaian bekas di Pasar Kodim Kota Pkanbaru.

Pengambilan data dari lapangan digunakan beberapa teknik antara lain pengamatan yang mendalam (observasi), wawancara (interview) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Faktor Penghambat Pedagang Pakaian Bekas

Menurut Setiyani & Maulidasari (2020) bahwa usaha dagang ialah bentuk usaha yang konsisten mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang pesat. Diantaranya ada berbagai jenis usaha dagang yaitu perdagangan pakaian bekas menjadi salah satu yang sangat menarik karena dapat memberikan keuntungan dengan modal yang dapat dikatakan relatif kecil menurut Misnan & Damayanty (2022). Dari yang memiliki keuntungan dalam berdagang pakaian bekas juga ada memiliki faktor penghambat dalam berjualan pakaian bekas. Dari beberapa faktor penghambat pakaian bekas terdapat

beberapa unsur yang menjadi kajian penelitian yang akan dijelaskan untuk menemukan faktor-faktor penghambat pedagang pakaian bekas. Adapun faktor penghambat yang terdapat dalam berjualan pakaian bekas, yaitu:

1. Persaingan Ketat: Pedagang pakaian bekas harus bersaing dengan sesama pedagang lainnya untuk mendapatkan pelanggan dalam berjualan pakaian bekas di Pasar Kodim Kota Pekanbaru.
2. Perubahan Tren Fashion: Tren fashion sangat dapat berubah dengan cepat, jadi pedagang pakaian bekas harus selalu update dan dapat menyama ratakan tren fashion supaya pakaian bekas para pedagang dapat tetap diminati oleh pelanggan.
3. Kualitas Barang: Pedagang pakaian bekas dapat membuat variasi pada pakaian bekas yang mereka jual dengan memperjualkan celana, rok, tanktop, dan lain-lain, sehingga pedagang harus selektif dalam memilih barang dagangan agar tidak kehilangan pelanggan.
4. Regulasi Dan Perizinan: Pedagang pakaian bekas harus memiliki perizinan tempat dari dinas pasar untuk terkait penjualan pakaian bekas, jadi pedagang harus memastikan memenuhi persyaratan perizinan lokasi.
5. Perizinan Pemasokan Barang: Pedagang pakaian bekas memiliki hambatan pada pengiriman barang dari luar negeri dikarenakan dapat dikenakan pajak atau bea cukai, maka dari itu para pedagang pakaian bekas dalam pemasokan barang harus secara diam-diam atau illegal supaya barang dapat nyampai dengan aman.

Strategi Pedagang Pakaian Bekas

Pedagang merupakan orang yang berjualan di pasar untuk mendapatkan pelanggan dan mendapatkan keuntungan dalam berdagang. Pedagang juga melakukan strategi untuk membuat dagangan menjadi banyak diminati masyarakat.

Strategi pedagang dalam sistem perekonomian bertahan hidup dengan melakukan berbagai penjualan di pasar agar mampu memenuhi permintaan pasar dan mencapai tujuan atau target penjualan. Aktivitas tersebut tentunya didukung dengan strategi yang dimana strategi merupakan suatu proses penentuan rencana seorang pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai dengan mempersiapkan cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut Sembiring & Deni, (2022). Dengan demikian dapat disimpulkan jika strategi bertahan hidup Pada perekonomian merupakan suatu perencanaan aktivitas yang dilakukan oleh pedagang untuk memenuhi kebutuhan pasar untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan, melalui strategi-strategi yang mereka buat atau gunakan.

Secara umum strategi penjualan juga adalah salah satu langkah-langkah atau cara yang dilakukan oleh pedagang dalam menjalankan dagangannya atau usahanya. Selain itu, banyaknya fashion (pakaian) sebanyak orang, baik dari sisi penjual maupun pembeli, dan tidak dapat dipungkiri bahwa fashion semakin menarik perhatian karena tingginya minat masyarakat untuk membeli pakaian. Banyak orang menjadikan fashion sebagai bisnis yang layak di masa depan penuh harapan. Dari toko pakaian bekas bermerek dan tidak bermerek "(Pakaian Bekas)" yang mendapat perhatian, menurut Gimel Karen (2022). Strategi sangat

perlu digunakan pada pedagang pakaian bekas, agar orang dapat tertarik pada barang yang akan kita perjual belikkan. Adapun strategi-strategi pedagang pakaian bekas yaitu:

1. Strategi Pemasaran

- 1) Strategi Aktif: strategi yang memaksimalkan segala potensi pedagang pakaian bekas yang ada. Misalnya melakukan aktivitasnya sendiri, memperpanjang jam kerja atau jam berdagang para pedagang pakaian bekas di Pasar Kodim, untuk menambah penghasilan para pedagang, yang aturannya penghasilannya hanya biasa saja, tetapi karena ada penambahan jam berdagang mereka mendapatkan hasil yang lebih di bandingkan sebelumnya.
- 2) Strategi Pasif: strategi yang digunakan untuk pengurangan biaya ataupun keperluan lainnya dari pedagang pakaian bekas. Misalnya, Tidak membeli pakaian bekas dari toke untuk sementara dan mempertahankan pakaian bekas yang ada untuk diperjual belikkan, atau hanya berjualan satu jenis pakaian bekas saja, contohnya hanya berjualan baju bekas saja untuk mengurangi pengeluaran pedagang.
- 3) Strategi Jaringan: strategi yang membuat hubungan dengan orang lain atau menjalin relasi dengan sesama pedagang pakaian bekas. Misalnya, mencari sesama pedagang atau pedagang yang lebih kecil dalam bentuk usaha pakaian bekas untuk menjalin hubungan relasi supaya sama-sama mendapatkan keuntungan dan menjalin hubungan yang lebih baik.

2. Strategi Pemasaran

- 1) Produk (Product): faktor utama pada strategi pemasaran pedagang pakaian bekas, karena dapat menentukan strategi pemasaran pedagang pakaian bekas. Tanpa adanya produk dari pakaian bekas di Pasar Kodim maka faktor utama pemasaran pedagang pakaian bekas tidak akan berjalan. Adapun faktor-faktornya seperti kualitas produk atau kualitas pakaian bekas, merek dan tampilan pakaian bekas di Pasar Kodim.
- 2) Harga (Price): sebagai yang terpenting dalam strategi pedagang pakaian bekas karena itu merupakan hal yang utama dalam melakukan penjualan pakaian bekas di Pasar Kodim. Dengan adanya penentuan harga yang sesuai atau relatif murah pada pakaian bekas dapat mempengaruhi minat pelanggan dalam membeli pakaian bekas pedagang di Pasar Kodim.
- 3) Promosi (Promotion): aktivitas yang dilakukan pedagang pakaian bekas di Pasar Kodim untuk menarik pelanggan, dan memperkenalkan dagangan kita kebanyakan orang. Contoh promosi dengan memanggil pelanggan yang lewat atau memperlihatkan kepala (pakaian yg paling bagus) pada pelanggan supaya mereka tertarik pada jualan pakaian bekas yang kita tawarkan.
- 4) Tempat atau Lokasi (Place): elemen yang penting pada strategi pedagang pakaian bekas, karena ini berkaitan dengan lokasi dimana para pedagang pakaian bekas yang banyak dijual, dan dilihat orang, seperti pada penelitian yang teliti oleh peneliti ialah Pasar Kodim Kota Pekanbaru.

Pasar Kodim

Pasar merupakan tempat para pedagang berjualan untuk mencari rezeki, dan juga untuk tempat tawar menawar antara pedagang dan pembeli untuk mendapatkan apa yang diinginkan dan untuk mencapai tujuannya. Pasar Kodim merupakan pasar yang terdapat di Kota Pekanbaru yang merupakan pasar tradisional yang rata-rata pedagangnya adalah pedagang kain import bekas (Thrift).

Pasar Kodim Pekanbaru sangat banyak diminati tidak hanya oleh warga Pekanbaru namun juga oleh masyarakat luar Pekanbaru, baik dari kaum remaja maupun dewasa. Disekitar pasar terdapat plaza dan toko-toko yang menjual pakaian berkualitas tinggi. Dan masyarakat bertanya-tanya mengapa masyarakat membeli pakaian dan barang bekas dipasar Kodim, padahal pasar tersebut masih menjual pakaian baru, apakah lebih disukai dibanding toko yang masih menjual pakaian baru. Berikut alasan mengapa pakaian bekas semakin populer dikalangan masyarakat, yaitu:

1. Kualitas. Rata-rata pakaian bekas (Thrift) dalam kondisi sangat baik.
2. Model vintage masih merupakan model terbaru.
3. Harga baju bekas (Thrift) sangat murah.
4. Memerlukan pakaian yang berkualitas dengan harga yang murah.
5. Merek terkenal luar negeri dengan harga murah. Berupa pakaian dan barang bekas.

Yang menjadi daya tarik konsumen selain kualitas adalah harga pakaian bekas yang sangat murah, menurut Liana (2023).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara Bersama informan atau narasumber serta dokumentasi mengenai “Strategi Pedagang Pakaian Bekas di Pasar Kota Pekanbaru” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor penghambat pedagang dalam berjualan pakaian bekas di Pasar Kodim dipengaruhi oleh adanya persaingan yang dilakukan antara pedagang karena memiliki jenis pakaian yang sama, kualitas barang yang kurang bagus atau rjelek juga dapat membuat pembeli menjadi kurang tertarik pada pakaian bekas, tren fashion yang berubah yang dapat membuat pedagang kesulitan dalam keinginan pembeli dan juga perizinan atas penjualan barang pakaian bekas yang dapat membuat pedagang menjadi susah berjualan pakaian bekas dikarenakan pemasokan barang yang tidak dapat perizinan sehingga membuat pedagang hanya menjual pakaian lama dan mencari pemasok lainnya.
2. Strategi berdagang pakaian bekas di Pasar Kodim dilakukan dengan menawarkan atau memanggil pengunjung untuk membeli pakaian bekas mereka, memajang kepala atau barang yang bagus di patung atau hanger untuk menarik pelanggan supaya masuk ke kios, menyediakan fasilitas cermin dan kursi di dalam kios agar pelanggan merasa puas dan betah di dalam kios pada saat memilih barang, menjalin hubungan relasi yang banyak antara toke dan agen yang ada supaya memiliki pemasok pakaian bekas, dan menambah jam kerja untuk mendapatkan hasil yang lebih atau menunggu pelanggan siap memilih atau membeli pakaian bekas dari kios di Pasar Kodim Kota Pekanbaru.

Referensi

- Anisa, D., Hafizah, A., Siregar, N., & Hasyim. (2023). Dampak Maraknya Penjualan Thrift Terhadap Pemasaran Industri Fashion Di Kota Medan. *Mititajurnalpenelitian*, 2(1), 205–208.
- Agianto Rifqi, F. R. F. R. (2023). *Analisis Proses Impor Pakaian Bekas Oleh Pedagang Di Pasar Gedebage Bandung*.
- Arifah, R. N., Kunci, K., & Pencegahah, : (N.D.). *Kendala-Kendala Pencegahan Perdagangan Pakaian Bekas Impor Di Kota Malang*.
- Beladja, A. N. (2022). *Analisis Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Rumah Second Malang*
- Frete, C. B. De, Situmorang, T. P., Manajemen, P. S., Kristen, U., & Wacana, W. (2023). Dampak Penjualan Pakaian Bekas Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pakaian Bekas Di Kota Waingapu. *Of Social Science Research*, 3(3), 4236–4249.
- Gimel Karen, S. (2022). *Perancangan Strategi Promosi Pada Usaha Thrifty Er ' Day (Thrift Shop) Manado Tugas Akhir Oleh Karen Gimel Samola Program Studi Manajemen Pemasaran Tahun 2022*.
- Hidir, Achmad dan Rahman Malik. (2024). Teori Sosiologi Modern. Tri Edukasi Ilmiah
- Liana, D. (2023). *Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Impor Second Di Pasar Kodim Pekanbaru Pada Tahun 2022*.
- Sembiring, F. A., & Deni, I. F. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Fashion Bekas/Thrift Shop Pada Pasar 18 Kota Binjai. *Best Journal*, 5(2), 428–433.
- Supraja, M. (2015). Alfred Schutz : Rekonstruksi Teori Tindakan Max Weber. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 1(2), 81. <https://doi.org/10.22146/jps.v1i2.23447>
- Susilo, E., & Diah, W. (2014). Studi Kasus Di Pasar Sampangan. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah*, 78–93.
- Sari Br Siagian, N., Annisa Gunawan Sirait, N., & Wardahlia, F. (2023). Analisis Pengaruh Impor Baju Bekas Terhadap Pengusaha Tekstil Dalam Negeri di Indonesia. *Novita Sari Br. Siagian, Dkk) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2986–6340.
- Setyo Nugroho, L., & Negeri Surabaya, U. (2023). Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 20–27.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (Yogyakarta: ANDI, 2008)*, h. 3. 19. 19–39.
- Universitas Kristen Satya Wacana. (2012). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Konsep Strategi Bertahan Hidup 2.1.1 Definisi Strategi Bertahan Hidup*.
- Wijaya Robi, N. J. A. (n.d.). *Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor*.
- Yanto Batara Silalahi, Ayu Susantri, L., Akuntansi Permata Harapan, A., & Perum Graha Nusa Permai, K. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakain Bekas Di Pasar Seken Aviari*.