

**PASAR KLITHIKAN SEBAGAI PEMENUHAN EKSPRESI KOMODITAS  
ANAK MUDA**

**(Studi Jual-Beli *Thrifting*)**

**SKRIPSI**

**Program Studi S-1 Sosiologi**



**Disusun Oleh:**

**Tatang Maimun Najib**

**NIM : 1906026039**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb*

Setelah membaca, mengoreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami telah menyatakan bahwa skripsi saudara/I :

Nama : Tatang Maimun Najib

NIM : 1906026039

Jurusan : Sosiologi

Judul : PASAR KLITHIKAN SEBAGAI PEMENUHAN EKSPRESI  
KOMODITAS ANAK MUDA (Studi Jual-Beli *Thrifting*)

Dengan ini telah disetujui dan mohon agar segera diujikan pada ujian munaqosah.  
Demikian atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb*

Semarang, 24 Mei 2023

Pembimbing



Akhriyadi Sofian, M.A

NIP : 197910222016011901

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**Pasar Klithikan sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda**

**(Studi Jual-Beli Thrifting)**

Disusun Oleh

**Tatang Maimun Najib**

**1906026039**

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 16 juni 2023  
dan telah dinyatakan lulus.

Susunan dewan penguji

Ketua



Dr. Ni'matul Illiyun, M.Hum.

NIP. 196201071999032001

Sekretaris

Akhriyadi Sofian, M.A

NIP. 197910222016011901

Penguji

Naili Ni'matul Illiyun, M.A

NIP. 199101102018012003

Pembimbing I

Akhriyadi Sofian, M.A

NIP. 197910222016011901

## HALAMAN PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Dengan pernyataan ini saya Tatang Maimun Najib selaku peneliti tulisan ini menyatakan dengan sejujurnya karya ilmiah skripsi yang saya tulis ini merupakan hasil kerja keras saya sendiri, dan yang terdapat di dalamnya tidak ada karya ilmiah yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang maupun Pendidikan tinggi negeri yang lainnya. Pengetahuan yang saya peroleh dari hasil penulisannya maupun yang tidak dituliskan, sumbernya sudah dijelaskan ke dalam daftar Pustaka karya ilmiah skripsi ini.

Semarang, 24 Mei 2023



Tatang Maimun Najib

NIM : 1906026039

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu‘alaikum Wr. Wb.

Segala puji kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada beliau Nabi Muhammad SAW, karena beliau adalah suri tauladan bagi umat manusia khususnya umat muslim semoga kita semua mendapat syafa'at-Nya di dunia dan di akhirat. Aamiin ya Rabbal ‘alamin. Dengan taufik dan hidayah dari Allah SWT sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan judul **“Pasar Klithikan Sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda”** bisa terselesaikan sebagai persyaratan kelulusan di Program Studi Strata 1 (S-1) di Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Pada penyusunan skripsi ini peneliti menyadari akan banyaknya keterbatasan dan kekurangan peneliti dalam menyelesaikan studi di UIN Walisongo Semarang. Penulis mengetahui bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, dan mudah-mudahan nantinya dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang bersedia membacanya. Skripsi ini dibuat dengan ketulusan hati peneliti dengan mendapat banyak dukungan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak secara moril maupun materiil dan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

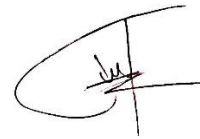
1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan penulis untuk belajar dan banyak mendapatkan ilmu di UIN Walisongo Semarang.
2. Ibu Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, yang telah mendukung, memberi banyak saran serta mengarahkan penulis dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Mochamad Parmudi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang serta dosen wali yang telah mendukung penulis dalam melakukan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Akhriyadi Sofian, M.A selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, arahan serta saran terkait dengan proses skripsi ini. Terimakasih atas bimbingannya kepada penulis dalam penyusunan proposal hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen, Tenaga Pendidik serta karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
6. Bapak Samino, Ibu Dwi, Mas Bagus, Mas Yoga, Mbak Meisa, Mas Gilang yang membantu dalam memberikan keterangan serta data-data lapangan dan lain sebagainya.
7. Abah dan Bunda yang selalu mendoakan, memberikan motivasi serta dukungan dan semangat baik secara moral maupun materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Terimakasih juga kepada dua kakak penulis yang selalu membantu dan mendukung serta yang selalu menghibur dan memberikan semangat, serta seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan nasihat dan dukungan kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat terbaik penulis juga (Faracha, Anis, Rizal, Riko, Riski, Afdal, Afifah, Wulan, Citra, Adinda, Agustin, Aisyah, Ardel) yang selalu memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Sosiologi angkatan 2019 yang saling memberi motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Demikian penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berperan, semoga Allah SWT mengganti semua kebaikan mereka. Penulis memaklumi bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis menerima kritikan dan saran yang sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini.

Penulis juga berharap semoga hasil karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca maupun masyarakat pada umumnya. Aamiin

Semarang, 24 Mei 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'T' followed by a vertical line and some smaller, less distinct characters.

Tatang Maimun Najib

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillahirobbil'alamin kehadiran Allah SWT Karena atas rahmat dan hidayah-Nya saya bisa menyelesaikan seutas karya ini yang saya persembahkan kepada Abah dan Bunda yang saya sayangi dan cintai yang telah melahirkan, mendidik dan memfasilitasi saya hingga perguruan tinggi S-1, serta selalu menyertai dengan do'a yang tidak pernah henti-hentinya dipanjatkan untuk anaknya dalam setiap langkah hidupnya.

Untuk almamater saya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang harapan bangsa dan agama yang menjadi tempat menuntut ilmu, mencari jati diri dengan akhlak dan budi pekerti, sebagai saksi perjalanan saya menghadapi masa depan.



## **MOTTO**

*“Buka Al-Qur’an Kamu, lalu baca dan pahami maknanya jika kamu  
dibingungkan dengan kehidupan dunia”*

**\*Abah\***

## ABSTRAK

Pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai pemenuhan ekspresi komoditas anak muda telah membantu anak muda dalam memberikann kebutuhan tersebut. Pemenuhan ekspresi dalam bentuk penggunaan pakaian bekas hingga saat ini sangat banyak sekali digemari oleh anak muda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik apa yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo, serta pakaian bekas apa yang diperjual belikan, dan kenapa pedagang melakukan jual-beli pakaian bekas.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode kualitatif dan pendekatan naratif deskriptif dengan tujuan menggambarkan fenomena yang ada di masyarakat dan menganalisis fakta yang ada. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi non partisipasi, wawancara mendalam dengan depalan informan dan dokumentasi. Setelah data didapatkan kemudian dilakukan analisis dengan melalui beberapa tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian telah mampu menjawab bahwasannya pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki sebuah daya tarik bagi para pembeli dengan banyaknya jenis pakaian bekas yang diperjual-belikan mulai dari merek atau jenisnya. Selain itu barang yang dijual *relative up to date* terhadap perkembangan zaman, serta cara penyajian yang ditampilkan juga menjadi daya tarik tersendiri. Barang-barang bekas yang diperjual-belikan di pasar Klithikan Notoharjo Solo juga sangat menarik karena barang yang dijual bukan hanya pakaian bekas, akan tetapi juga barang-barang bekas yang lainnya seperti onderdil motor bekas, onderdil mobil bekas, peralatan rumah tangga bekas, dan barang bekas lainnya. Budaya berjualan pada pagi hari juga menjadi salah satu pemicu terkenalnya pasar Klithikan Notoharjo Solo, pemberitaan yang dilakukan oleh media tentang pasar Klithikan Notoharjo juga turut membantu penyebaran informasi terkait pasar Klithikan Notoharjo.

**Kata kunci :** Pakaian Bekas, Ekspresi, Pasar Klithikan Notoharjo Solo, Anak Muda, Komoditas

## **ABSTRACT**

*Pasar Klithikan Notoharjo Solo as a fulfillment of youth commodity expressions has helped young people provide these needs. Fulfillment of expression in the form of the use of used clothing is very popular with young people today. Therefore, this study aims to find out what attractions exist in the Klithikan Notoharjo Solo market, as well as what used clothes are being traded, and why traders buy and sell used clothes.*

*This research uses field research with qualitative methods and a descriptive narrative approach with the aim of describing phenomena that exist in society and analyzing facts in the field. Data collection techniques used non-participatory observation techniques, in-depth interviews with eight informants and documentation. After the data is obtained, then an analysis is carried out by going through several stages, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions.*

*The results of the study have been able to answer that the Klithikan Notoharjo Solo market has an attraction for buyers with the many types of used clothing being traded, starting from the brand or type. In addition, the items sold are relatively up to date with the times, as well as the way they are presented is also a special attraction. The used goods being traded at the Klithikan Notoharjo Solo market are also very interesting because the goods being sold are not only used clothes, but also other used goods such as used motorcycle parts, used car parts, used household appliances, and used goods. other ex. The culture of selling in the morning is also one of the triggers for the popularity of the Klithikan Notoharjo market in Solo, news coverage by the media about the Klithikan Notoharjo market also helps spread information regarding the Klithikan Notoharjo market.*

**Keywords :** *Used Clothing, Expressions, Klithikan Notoharjo Market Solo, Young People, Commodities*

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....   | ii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....   | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....   | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | v    |
| <b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....   | viii |
| <b>MOTTO</b> .....  | ix   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | x    |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | xi   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | xii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xiv  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xv   |
| <b>BAB I</b> .....  | 15   |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....  | 15   |
| <b>A. Latar Belakang</b> .....  | 15   |
| <b>B. Rumusan Masalah</b> .....   | 18   |
| <b>C. Tujuan Penelitian</b> .....   | 18   |
| <b>D. Manfaat Penelitian</b> .....  | 18   |
| <b>E. Tinjauan Pustaka</b> .....  | 19   |
| <b>F. Kerangka Teori</b> .....  | 21   |
| <b>G. Metode Penelitian</b> .....   | 25   |
| <b>H. Sistematika Penulisan</b> .....   | 31   |
| <b>BAB II</b> .....   | 33   |
| <b>PASAR, EKSPRESI, KOMODITAS DAN TEORI <i>CIRCUIT OF CULTURE</i></b><br><b>STUART HALL</b> ..... | 33   |
| <b>A. Pasar, Ekspresi Diri, Komoditas</b> .....   | 33   |
| 1. Pasar .....  | 33   |
| 2. Ekspresi Diri .....  | 33   |
| 3. <i>Fashion</i> .....   | 34   |
| 4. <i>Thrifting</i> .....   | 34   |
| 5. Anak Muda.....   | 35   |
| 6. Komoditas .....  | 35   |
| 7. Pemanfaatan Barang Bekas Dalam Perspektif Islam .....  | 36   |
| <b>B. Teori <i>Circuit of Culture</i> Stuart Hall</b> .....                                       | 37   |
| 1. Konsep Teori <i>Circuit of Culture</i> .....   | 37   |
| 2. Asumsi Dasar .....   | 38   |

|  |            |
|--|------------|
| 3. Istilah-istilah Penting dari Toeri <i>Circuit of Culture</i> .....            | 39         |
| <b>BAB III</b> .....   | <b>43</b>  |
| <b>PASAR KLITHIKAN SEBAGAI LOKASI PENELITIAN</b> .....                           | <b>43</b>  |
| <b>A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian</b> .....                                  | <b>43</b>  |
| 1. Kondisi Geografis .....   | 43         |
| 2. Kondisi Topografis .....  | 44         |
| 3. Kondisi Demografis .....  | 44         |
| <b>B. Profil Pasar Klithikan Notoharjo Solo</b> .....                            | <b>47</b>  |
| 1. Sejarah Singkat .....   | 47         |
| 2. Visi dan Misi.....  | 52         |
| 3. Deskripsi Pasar Klithikan Notoharjo Solo .....                                | 53         |
| 5. Pelaku Pasar Klithikan Notoharjo Solo .....                                   | 56         |
| 6. Retribusi Pasar .....   | 60         |
| <b>BAB IV</b> .....  | <b>62</b>  |
| <b>DAYA TARIK PASAR, DAYA TARIK PAKAIN BEKAS YANG DI JUAL-<br/>BELIKAN</b> ..... | <b>62</b>  |
| <b>A. Daya Tarik Pasar Klithikan Notoharjo Solo</b> .....                        | <b>62</b>  |
| 1. Cara Penyajian Barang.....  | 62         |
| 2. Ekspresi Penyajian Barang.....  | 64         |
| <b>B. Daya Tarik Barang Bekas</b> .....  | <b>75</b>  |
| 1. <i>Fashion</i> .....  | 75         |
| 2. <i>Non-Fashion</i> .....  | 102        |
| <b>BAB V</b> .....   | <b>105</b> |
| <b>ALASAN JUAL-BELI PAKAIAN BEKAS</b> .....                                      | <b>105</b> |
| <b>A. Faktor Ekonomi</b> .....   | <b>105</b> |
| 1. Membentuk Usaha Baru.....   | 105        |
| 2. Model Penjualan .....   | 106        |
| <b>B. Keberberlangsungan dengan Pasar Lama</b> .....                             | <b>122</b> |
| 1. Sejarah.....  | 122        |
| 2. Pelanggan Tetap.....  | 124        |
| <b>BAB VI</b> .....  | <b>127</b> |
| <b>PENUTUP</b> .....   | <b>127</b> |
| <b>A. Kesimpulan</b> .....   | <b>127</b> |
| <b>B. Saran</b> .....  | <b>128</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | <b>129</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 1. Data Informan.....                              | 28  |
| Tabel 2. Mata Pencaharian tahun 2020.....                | 46  |
| Tabel 3. Struktur organisasi pengelola pasar.....        | 52  |
| Tabel 4. Jumlah blok kios pasar Klithikan Notoharjo..... | 56  |
| Tabel 5. Bahasa-bahasa pakaian bekas.....                | 115 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 1. Peta <i>teori circuit of culture</i> .....                 | 39  |
| Gambar 2. Kelurahan Semanggi.....                                    | 47  |
| Gambar 3. Kondisi jual-beli pakaian bekas.....                       | 49  |
| Gambar 4. Peta wilayah perpindahan pasar Klithikan Notoharjo.....    | 50  |
| Gambar 5. Peta pasar Klithikan Notoharjo Solo.....                   | 55  |
| Gambar 6. Pedagang Kios.....   | 57  |
| Gambar 7. Pedagang bronjong.....                                     | 58  |
| Gambar 8. Pedagang shelter pasar Klithikan.....                      | 59  |
| Gambar 9. Barang yang di jual di pasar Klithikan.....                | 64  |
| Gambar 10. Anak Muda Membeli pakaian bekas.....                      | 77  |
| Gambar 11. Pakaian bekas <i>full treatment</i> .....                 | 81  |
| Gambar 12. Pakaian bekas <i>semi treatment</i> .....                 | 81  |
| Gambar 13. Pakaian bekas <i>non treatment</i> .....                  | 82  |
| Gambar 14. Pasar awul Klithikan Notoharjo dan pedagang bronjong..... | 108 |
| Gambar 15. Konten-konten pasar Klithikan Notoharjo.....              | 111 |
| Gambar 16. Keramaian pasar Klithikan Notoharjo.....                  | 119 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan pusat jual beli barang bekas yang ada di kota Solo yang meliputi pakaian bekas, peralatan rumah tangga, mainan, kendaraan, hingga hewan. Uniknya 90% barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo Solo waktu pagi dari habis subuh hingga 09.00 WIB merupakan barang bekas, meskipun juga ada beberapa pedagang yang jual barang baru (Solo, 2022). Eksistensi dari adanya pasar Klithikan Notoharjo Solo dari mulai dibuka pada tahun 2016 hingga Sekarang tetap menjadi eksis dimata masyarakat salah satunya anak muda. Banyak komoditas barang-barang yang dijual oleh para pedagang terutama yang berkaitan dengan pemenuhan ekspresi anak muda menjadikan pasar tersebut banyak di kunjungi oleh mereka.

Banyaknya barang yang di perjual-belikan terutama barang-barang yang dicari anak muda yaitu pakaian bekas sebagai bentuk pemenuhan ekspresi dalam diri mereka ternyata menjadikan pasar Klithikan menjadi daya tarik tersendiri. Banyaknya model pakaian bekas yang ditawarkan di pasar Klithikan Notoharjo Solo mulai dari *vest*, pakaian *vintage*, kemeja formal atau non formal seperti flannel, dan banyaknya barang *branded* seperti *Uniqlo*, *Zara*, *TNF*, *Adidas*, *Nike*, *Dickies*, *Carhartt*, *New Balance*, *Burberry*, dan barang lainnya yang dapat dibeli dengan harga murah menjadikan pasar tersebut diserbu banyak orang dari berbagai kalangan terlebih lagi anak muda (Solo, 2022). Selain itu keunikan dalam berjualan yang hanya dilakukan pada pagi hari juga menjadikan pasar tersebut menjadi ramai. Barang yang dijual pun juga unik karena selain pakaian bekas banyak sekali barang-barang bekas lain yang di jual seperti onderdil motor, peralatan rumah tangga, peralatan berkebun atau Bertani (Solopos, 2021).

Pemenuhan yang dilakukan oleh pedagang dalam menyikapi budaya populer yang sedang dikonsumsi oleh anak muda terutama dalam pemenuhan ekspresi diri juga dilakukan dengan serius. Buktinya salah satu pedagang yaitu Bapak Samino menegaskan bahwa terkadang mereka para penjual juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan anak muda yang ingin membeli pakaian bekas seperti pakaian dengan



merek *branded* seperti *Uniqlo, Zara, TNF, Adidas, Nike, Dickies, Carhartt, New Balance, Burberry*, produk *limited edition*. Sehingga menjadikan mereka untuk membeli *ball* dengan nilai yang besar kurang lebih 12 juta untuk 1 *ball* yang berisi pakaian *branded*. Bapak Samino juga mengakui pernah meminjam bank 50 juta untuk memenuhi gaya pakaian bekas seperti apa yang diinginkan anak muda. Selain hal tersebut menurut salah satu informan yaitu Meisa menjelaskan bahwa pasar Klithikan memiliki banyak pilihan dalam membeli pakaian bekas, dan juga pasar Klithikan memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan pasar lain.

Sebagai pasar tradisional ternyata pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki nilai keunikan tersendiri, seperti apa yang dikatakan oleh Meisa bahwa pasar Klithikan hanya buka dan akan ramai Ketika pagi hari saja dan itu sangatlah unik karena yang datang bukan hanya orang tua saja untuk membeli barang, akan tetapi anak muda juga turun langsung ke pasar untuk mencari barang yang diinginkan baik itu pakaian bekas, onderdil ataupun barang lain, karena pasar Klithikan menjual segala bentuk barang bekas.

Pasar Klithikan Notoharjo Solo yang merupakan satu-satunya pasar dengan dikenal sebagai tempat jual-beli barang bekas menjadikan pasar tersebut sebagai primadona bagi masyarakat Solo dan sekitarnya dari berbagai jenjang usia tak terkecuali anak muda. Banyaknya barang bekas terutama mode pakaian menjadikan sebuah daya tarik tersendiri bagi anak muda terlebih lagi bagi pemburu barang *second limited edition* karena akan dapat membelinya dengan harga yang terjangkau. Dalam hal ini, mereka berusaha untuk mengejar atau mencari jalan alternatif demi perkembangan pakaian dengan cara mengadopsi pakaian bekas untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu, pada zaman sekarang yang lebih modern gaya hidup lebih mengutamakan *prestige* dan cara agar mendapatkan barang yang lebih murah (Maulidah, 2021). Bagi anak muda menggunakan pakaian bekas dapat memberikan *value* tersendiri yang dapat meningkatkan rasa percaya diri dan ekspresi diri. Penggunaan pakaian bekas dapat memberikan gaya dalam diri anak muda terlihat lebih *fashionable* tanpa menggunakan pakaian baru (Agnesvy, 2022). Dalam Hal ini produk-produk pakaian bekas yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo Solo telah memberi wadah bagi anak muda dalam memenuhi kebutuhannya untuk mengekspresikan dirinya melalui pakaian bekas.

Bapak Fajri juga mengungkapkan bahwasannya pasar Klithikan selalu terbuka dengan perkembangan zaman terutama yang berkaitan dengan pakaian. Kegiatan tersebut dilakukan atas dasar untuk tetap mempertahankan eksistensi dari pasar Klithikan Notoharjo itu sendiri disamping pasar Klithikan sudah terkenal dengan budaya berjualan di pagi harinya. Proses pemenuhan ekspresi komoditas anak muda dalam membeli pakaian bekas di pasar Klithikan sendiri berdasarkan jawaban Agus salah satu penjual yaitu dilakukan dengan proses produksi terlebih dahulu yaitu dilakukan dengan cara membeli *ball* atau pakaian bekas dengan nilai 8-18 juta hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen atau pembeli serta menjadikan pasar Klithikan menjadi lebih menarik lagi dalam hal jual-beli pakaian bekas disamping keunikannya yang menjual semua bentuk barang bekas pada pukul 04.00-09.00 pagi. Dalam hal ini pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan salah satu surga bagi para pecinta pakaian bekas terutama bagi anak muda karena banyaknya produk lokal dan juga impor yang ada dalam pasar tersebut.

Pakaian bekas yang ditawarkan di pasar Klithikan Notoharjo Solo juga beragam mulai dari celana, jaket, kaos, dan yang lainnya (Solopos, 2021). Sehingga anak muda akan merasa puas karena dapat melakukan *mix and match* pakaian yang akan mereka gunakan. Membeli pakain bekas pada zaman sekarang bukan hanya sekedar membeli barang bekas semata, akan tetapi merupakan sebuah perayaan yang dilakukan oleh seorang individu dalam menghargai suatu benda terutama dalam pemenuhan ekspresi dalam diri (Haryati, 2021). Penelitian tentang pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki relevansi yang tinggi dalam industri saat ini. Pasar tradisional seperti Klithikan Notoharjo Solo masih memiliki peran yang penting dalam perekonomian lokal dan sebagai destinasi wisata budaya.

Penjabaran latar belakang masalah di atas menjadikan peneliti melakukan penelitian ini untuk melihat Pasar Klithikan Sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda. Dengan menggunakan teori *circuit of culture* dari Stuart Hall diharapkan mampu menjawab kasus tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Daya tarik apa yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo?
2. Apa barang yang diperjual belikan di pasar Klithikan Notoharjo sehingga dapat memenuhi ekspresi komoditas anak muda?
3. Mengapa barang tersebut di perjual-belikan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berkaca dengan penjelasan yang terdapat dalam rumusan masalah, maka peneliti memberikan beberapa tujuan yang diharapkan dari adanya penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penjual menjadikan pakaian bekas sebagai komoditi anak muda.
2. Untuk mengetahui dampak yang diberikan pasar Klithikan Notoharjo Solo terhadap pemenuhan ekspresi anak muda

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah manfaat yang luas baik secara teoritis maupun secara praktis, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Bagi penulis sendiri sangat mengharapkan Hasil dari penelitian ini dapat terimplementasi teori-teori yang telah diperoleh dalam bangku perkuliahan.
- b. Bagi pihak akademisi diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan referensi oleh mahasiswa untuk membuat penelitian dengan kajian yang sama.
- c. Hasil penelitian sangat diharapkan bermanfaat bagi semua pihak sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi Ketika melakukan penelitian selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis.**

### **a. Bagi Pihak Masyarakat:**

Mengharapkan hasil penelitian menjadikan masyarakat dapat lebih untuk membuka diri terkait dengan penampilan diri dengan menggunakan pakaian bekas.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Studi mengenai pasar sebagai tempat untuk memenuhi ekspresi terutama dalam bentuk penggunaan pakaian bekas merupakan bukan studi yang baru karena banyak dari peneliti sebelumnya yang sudah melakukan pengkajian. Dalam penelitian ini peneliti mengklasifikasi ke dalam dua tema yaitu :

### **1. Pasar Barang Bekas**

Kajian terkait dengan pasar yang menjual barang-barang bekas dalam sudut pandang Sosiologi telah dilakukan beberapa penelitian terdahulu, diantaranya. Damsar, dkk (2023), Ahmad (2022), Putri, dkk (2022).

Kajian Damsar, dkk (2023) menjelaskan bahwa munculnya pasar barang bekas merupakan akibat dari perbuatan manusia, pasar barang bekas dijadikan sebagai tempat alternatif bagi mereka yang tidak memiliki uang lebih banyak. Ahmad (2022) juga menjelaskan jika pasar sebagai tempat jual-beli barang juga menjadi salah satu tempat untuk mengungkapkan budaya-budaya yang di representasikan dengan nama-nama barang yang di jual di pasar. Kemudian Putri (2022) dalam hasil penelitiannya menjelaskan ragam bahasa yang digunakan di pasar memiliki makna sosial, serta tujuan tersendiri.

Ketiga penelitian di atas terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian ini akan lebih fokus pada barang apa saja yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo Solo, sehingga menjadikan pasar tersebut banyak di kunjungi dan di kenal oleh masyarakat sekitar Solo dan luar Solo.

### **2. Pakain Bekas Sebagai Budaya Populer**

Kajian terkait pakaian bekas sebagai budaya populer telah dilakukan banyak peneliti, diantaranya Ristiani, dkk (2022), Nella dan Dyva (2023), Fa'izah dan Irma (2021), Affifurrahman dan Marheni (2021), Ariska &

Andri (2021). Kajian Ristiani (2022) menjelaskan bahwasannya fenomena kegiatan *thrifting* banyak dilakukan oleh banyak remaja karena merupakan salah satu hiburan yang menyenangkan, serta dengan *thrifting* mereka mendapatkan rasa kebebasan dari berbagai tekanan sehingga *thrifting* merupakan salah satu budaya yang membahagiakan. Nella dan Dyva (2023) juga menjelaskan budaya membeli pakaian bekas disukai remaja karena ada faktor lain yaitu karena pakaian yang dijual bersifat unik dan memiliki ciri khas *fashion* tersendiri terlebih lagi pada produk *limited edition*. Berbeda dengan Fa'izah dan Irma (2021) yang menjelaskan bahwasannya seseorang membeli barang bekas karena kebutuhan gaya hidup. Karena seseorang yang memiliki gaya hidup yang tinggi akan mengikuti *fashion* yang sedang booming, termasuk *fashion thrifting*.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Affifurrahman dan Marheni (2021) menjelaskan bahwa 80,4% orang melakukan budaya *thrifting* di kota Bandung karena ingin mengisi waktu luang selain untuk memenuhi kebutuhan *fashion lifestyle*. Ariska & Andri (2021) pengaruh budaya luar seperti budaya K-pop dan *K-fashion* yang ditawarkan oleh para aktor dan juga penyanyi asal korea telah berhasil mendapatkan hati para penggemar yang ada di Indonesia khususnya para remaja.

Kelima penelitian di atas terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu akan lebih fokus pada alasan anak muda menjadikan pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai tempat mereka untuk membeli pakaian bekas yang memiliki keunikan tersendiri yang mana dalam pasar tersebut hanya ramai ketika pagi hari dari jam 04.00-09.00 dan pengunjung yang hadir pun dalam perburuan barang bekas bukan hanya warga lokal Solo saja, akan tetapi juga banyak dari daerah luar seperti Sragen, Klaten, Yogyakarta, Wonogiri, dan lainnya.

### 3. Pakaian Bekas Sebagai Ekspresi Diri

Kajian tentang pakaian bekas sebagai Ekspresi diri telah dilakukan beberapa peneliti yaitu Hayati dan Susilawati (2021), Faninda dan Iqbal (2022), Rifky, dkk (2021), Lidya dan Ramzy (2022), Feisol (2018). Hayati

dan Susilawati (2021) menjelaskan penggunaan pakaian bekas digunakan agar dapat mempresentasikan dalam diri yang menjadikan orang-orang disekitar akan merasa penasaran dan memberikan penafsiran terkait pakaian yang digunakan dan membangun identitas yang melekat pada dirinya dengan lebih berkelas, elit, serta memiliki selera yang tinggi. Faninda dan Iqbal (2022) mempertegas bahwa penggunaan pakaian bekas dapat memperoleh penghargaan diri dan status sosial tertentu melalui penggunaan pakaian bekas di lingkungan pertemanan mereka.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Rifky, dkk (2021) dalam penelitian ini menunjukkan bahwasannya memakai pakaian bekas merupakan sebuah *fashion* yang menunjukkan ekspresi atau gaya baru. Lidya dan Ramzy (2022) juga menunjukkan bahwa penggunaan pakaian bekas menjadikan diri milenial lebih menjadi prestisius, serta penggunanya merasa lebih percaya diri dalam melakukan pergaulan di komunitas sosial terlebih barang tersebut memiliki merek *branded*. Fadel Feisol (2018) menunjukkan penggunaan pakaian *streetwear* digunakan sebagai gaya keseharian karena salah satu bentuk dukungan terhadap ideologi yang telah ditanamkan oleh sejumlah panutannya melalui produk yang digemari, dan juga salah satu bentuk untuk memberikan rasa pemberontakan terhadap orang-orang yang merendahkan kultur *streetwear*.

Kelima penelitian tersebut memiliki perbedaan dalam penelitian ini yaitu mengapa penjual menjadikan pakaian bekas sebagai komoditi mereka untuk di perjual-belikan kepada anak muda di pasar Klithikan Notoharjo Solo, bahkan untuk saat ini minat jual-beli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo sudah merambat ke kalangan atas.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Definisi Konseptual**

#### **a. Pasar**

Pasar dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia di artikan sebagai tempat untuk melakukan jual dan beli. Sedangkan definisi tradisional adalah menurut tradisi (adat). Dengan demikian maka pasar tradisional dapat diartikan

menjadi tempat orang berjual beli yang memiliki adat tertentu. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri atau adat yang khas yaitu cara jual belinya yang masih tradisional dengan bertatap muka secara langsung antara pembeli dan penjual. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki adat untuk tawar menawar antara penjual dan pembeli (Ahmad, 2022).

Kedua adat di atas merupakan daya tarik terbesar bagi pasar tradisional dan membedakan pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan modern. Meskipun masih terjadi proses tawar menawar, biasanya pasar tradisional menjual barang-barang dengan harga murah terutama apabila dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di super market, toko-toko, maupun pusat perbelanjaan modern. Barang yang biasa diperjual belikan di pasar tradisional adalah bahan masakan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

#### **b. Ekspresi Diri**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Ekspresi Diri merupakan merupakan suatu proses menyatakan, pengungkapan maksud, perasaan, gagasan atau hasil pemikiran. Ekspresi diri adalah proses holistik yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman individu tentang diri sendiri dan fenomena eksternal, dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai berbagai jenis tujuan pembelajaran (Anggoro, 2010).

Pasar Klithikan Notoharjo dalam hal ini adalah tempat yang digunakan oleh anak muda untuk memenuhi ekspresi dalam diri mereka terkait dengan penggunaan pakaian bekas. Ekspresi diri yang dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo dapat menjadi sarana untuk mengungkapkan diri dan mengekspresikan emosi yang sulit diungkapkan dengan kata-kata. Selain itu, ekspresi diri juga dapat membantu seseorang untuk memahami diri mereka sendiri dan mengembangkan kreativitas mereka.

#### **c. Komoditas**

Komoditas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan barang dagangan utama, atau suatu barang atau benda yang nyata serta relatif mudah untuk diperjual belikan, dan dapat diserahkan secara fisik.

Ibrahim (2007) menjelaskan budaya populer yang disokong industri budaya telah mengkonstruksi dalam kehidupan masyarakat tidak berdasarkan konsumsi saja, serta telah menjadi artefak budaya dan juga memiliki nilai berupa motif laba sudah tentu hal tersebut komoditas.

#### **d. Anak Muda**

Anak muda dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan seorang anak yang mulai tumbuh ke arah dewasa. Dalam pengertian lain, yaitu dalam diri anak muda terdapat proses perkembangan yang mencakup beberapa kematangan seperti emosional, sosial, fisik dan sebuah transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa.

Dimaksudkan anak muda dalam penelitian ini berdasarkan Departemen Kesehatan Republik Indonesia yaitu anak dengan usia 17-25 tahun yang menyukai *fashion* pakaian bekas dan menjadikannya sebagai gaya dalam dirinya.

#### **e. Pemanfaatan Barang Bekas Dalam Islam**

Menggunakan barang bekas yang terbuat dari plastik, kain ataupun yang lainnya merupakan sebuah kegiatan yang baik dalam hal pelestarian lingkungan dengan tujuan agar barang tersebut tidak terkesan mubazir. Lingkungan sendiri merupakan karunia Allah SWT yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan umat manusia. Sebagai khalifah di muka bumi, manusia memiliki Amanah dan bertanggung jawab dalam menjaga dan melestarikan lingkungan dalam upaya untuk mengisi, mengelola serta pemberdayaan isi bumi (Arisanti, 2020). Dalam hal ini penggunaan pakaian bekas dari kain merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk memanfaatkan pakaian bekas yang masih bisa digunakan agar tidak mubazir. Hal tersebut juga tertulis dalam QS. Al-Isra' ayat 27 :

إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ  
لِرَبِّهِ كَفُورًا



Maksud dari QS. Al-Isra' : 27 yaitu mengajarkan kepada manusia agar dapat memanfaatkan barang yang masih bisa digunakan karena dalam islam haram hukumnya membiarkan barang yang bisa digunakan melapuk tanpa digunakan (Musthafa, 1993).

## 2. Teori Circuit of Culture Stuart Hall

Teori *circuit of culture* atau biasa dikenal dengan sirkuit kebudayaan. Teori *circuit of culture* dalam penelitian kali ini bertujuan untuk membantu dalam mengabalisis Pasar Klithikan sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda. Stuart Hall sendiri merupakan ahli teoritis kebudayaan, aktivis politik, serta sosiolog yang berkebangsaan Jamaika (Arvind, 2019). Teori sirkuit kebudayaan diciptakan sebagai alat analisis budaya yang di dalamnya terdapat lima aspek yaitu produksi, regulasi, konsumsi, representasi, dan juga identitas (Hall, 1997).

Teori *Circuit of Culture* adalah sebuah teori yang digunakan untuk memahami bagaimana budaya diproduksi, dikonsumsi, dan direproduksi dalam masyarakat. Teori ini dikembangkan oleh Stuart Hall dan rekan-rekannya pada tahun 1997. Teori ini menganggap bahwa budaya tidak hanya diproduksi oleh individu atau kelompok tertentu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, politik, dan ekonomi yang ada dalam masyarakat (Hall, 1997).

Konsep kerja dari teori *circuit of culture* yaitu *production, consumption, regulation, representation, dan identity* yang perlu digaris bawahi adalah sebagai sebuah *circuit*, dalam penggunaan teori ini baru akan dikatakan selesai apabila semua proses telah dijalani dan dikaji. Bagian-bagian atau elemen-elemen dalam teori *circuit of culture* berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga pada saat melakukan proses kajian pada proses tertentu, proses yang sedang dikaji tersebut bisa jadi merupakan sebuah elemen yang membangun proses lainnya. Misalnya, proses representasi yang akan di bahas pada bagian *representation* merupakan elemen pembentuk terjadinya sebuah identitas yang nantinya akan dijelaskan dalam bagian *identity*, demikian juga dengan yang lainnya. Dalam proses

kajian Stuart Hall dengan sengaja membeda-bedakan prosesnya, namun dalam kehidupan yang sebenarnya beliau menjelaskan, jika proses-proses tersebut akan selalu tumpang tindih dan saling berkaitan antara satu dan lainnya dengan cara yang rumit dan kurang teratur (Hall, 1997).

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Pengertian penelitian kualitatif sendiri merupakan penelitian ilmiah yang dilakukan oleh penelitian dengan maksud untuk memahami sebuah kasus sosial dengan menggunakan proses langsung atau sebuah interaksi yang lebih mendalam antara peneliti dengan kasus yang akan diteliti (Moleong, 2004). Penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian yang dilakukan peneliti agar mendapatkan informasi sedalam mungkin dari pelaku atau informan dengan cara melibatkan diri secara mendalam seolah-olah peneliti juga terlibat dalam kasus yang sedang terjadi agar mendapatkan makna-makna serta pemahaman yang sesuai dengan wujud masalah yang terjadi di lapangan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan naratif deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan naratif deskriptif penelitian yang akan dilakukan bersifat menggambarkan, serta akan menjelaskan suatu temuan dengan senyatanya. Data yang akan dikumpulkan peneliti akan berupa gambar, dan kata-kata, serta bukan angka-angka. Pendekatan naratif deskriptif yang akan disajikan peneliti berupa naskah atau gambar yang dapat dimasukkan sebuah penjelasan atau kutipan Panjang, pendek dan bervariasi. Peneliti juga akan menggunakan percakapan dengan kata ganti orang pertama atau menggunakan kata ganti yang kolektif dalam bentuk naratif untuk menjelaskan hasil dari percakapan tersebut (Moleong, 2004).

### **2. Sumber dan Jenis Data**

Sumber data yaitu segala sesuatu yang dapat memberikan semua bentuk informasi yang dibutuhkan terkait dengan data. Beberapa sumber data dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu:

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data penelitian yang didapatkan secara langsung dari informan dengan cara wawancara dan juga hasil observasi (Bungin, 2008). Orang yang diwawancarai disebut dengan informan yaitu orang yang akan dimanfaatkan untuk digali informasinya sedalam-dalamnya sesuai dengan kasus atau topik yang akan diteliti.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sebuah data pelengkap. Maksudnya yaitu sumber data kedua yang di dapatkan dari sekumpulan buku, majalah, berita, arsip penelitian terdahulu, dokumen penting pribadi, atau dokumen resmi yang diterbitkan oleh suatu Lembaga (Bungin, 2008).

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini akan menggunakan empat teknik pengumpulan yaitu:

#### **a. Observasi Non Partisipasi**

Observasi yaitu salah satu cara yang dapat digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data secara langsung serta memperoleh pemahaman atas apa yang akan diteliti dengan cara melihat secara nyata ke tempat lokasi yang akan dilakukan penelitian (Widodo, 2017). Dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara observasi non partisipasi yaitu peneliti hanya sebagai pengamat dalam artian tidak terlibat secara langsung serta merasakan kasus yang diteliti.

Observasi non partisipasi ini peneliti akan menggali seluruh informasi mengenai perilaku dan kondisi yang ada dalam lingkungan penelitian dengan kondisi yang sebenarnya dengan melibatkan anggota dan kelompok masyarakat yang akan diteliti (Raco, 2010). Observasi penelitian ini akan dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo, peneliti akan hadir langsung dalam penelitian, karena lokasi penelitian merupakan faktor yang cukup penting untuk diperhatikan oleh etnografer untuk mengetahui hubungan fakta sosial dengan latar belakang yang mendasari fakta tersebut terjadi (Subadi, 2006).

## **b. Wawancara Semi Terstruktur**

Deddy (2010) mendeskripsikan wawancara adalah sebuah interaksi antara dua individu atau lebih yang diawali dengan peneliti melontarkan pertanyaan terhadap pihak informan kemudian di jawab, pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti ditujukan untuk mendapatkan informasi yang akurat sesuai dengan bahasan penelitian (Deddy, 2010). Wawancara semi terstruktur sendiri merupakan kondisi Ketika pewawancara memberikan pertanyaan yang tidak sesuai dengan urutan dan juga catatan dalam pertanyaan wawancara akan tetapi tetap dalam ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan, atau dalam pengertian lain yaitu wawancara yang dilakukan dengan mempersiapkan beberapa pertanyaan terlebih dahulu sebelum melakukan wawancara secara langsung, dan pada saat wawancara secara langsung peneliti dapat mengeksplorasi perkembangan pertanyaan-pertanyaan baru (Subadi, 2006).

Peneliti dalam mencari informan menggunakan teknik *purposive* yaitu sebuah teknik penentuan informan berdasarkan dengan pertimbangan tertentu (Raco, 2010). Penggunaan teknik *purposive* tersebut dikarenakan agar data yang didapatkan sesuai dengan yang didapatkan sebagai bahan kelengkapan informasi khususnya representasi ekspresi diri memakai pakaian bekas yang dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Melalui pembeli (anak muda), penjual sebagai informan diharapkan oleh peneliti data yang didapatkan akan saling mendukung dan cukup menggambarkan memakai pakaian bekas sebagai komoditi anak muda. Hal tersebut didasarkan kepada pembeli dan juga penjual yang merupakan pelaku utama dalam kegiatan jual-beli pakaian bekas karena kegiatan tersebut merupakan sebuah kegiatan mencari barang bekas di tempat yang menyediakan barang bekas yang akan dicari. Dengan hal tersebut pembeli merupakan aktor yang melakukan *thrifting* dan penjual adalah pelaku yang menyediakan barang bekas. Sehingga akan didapatkan keseimbangan perspektif data dalam penelitian ini. Berikut informan dalam penelitian ini berdasarkan kriteria yang telah

ditentukan yaitu penjual pakain bekas yang mengerti pakaian bekas, penjual yang menjual pakaian bekas, penjual yang sudah lama berjualan pakaian bekas, anak muda dengan usia 17-25 tahun,

**Tabel 1. Data Informan**

|   |           |   |
|---|-----------|---|
| 1 | Nama      | Bapak Samino  |
|   | Status    | Penjual   |
|   | Deskripsi | Bapak Samino merupakan salah satu penjual yang memiliki toko di pasar Klithikan Notoharjo Solo yang usianya sudah 51 tahun. Beliau sudah mulai jualan pakaian bekas kurang lebih 7 tahun lamanya. Dalam tokonya sendiri menjual bermacam pakaian bekas seperti <i>jeans</i> , jaket, celana pendek, dan juga kaos.  |
| 2 | Nama      | Yoga  |
|   | Status    | Penjual   |
|   | Deskripsi | Yoga merupakan pemuda dengan usia 20 tahun. Yoga sendiri juga salah satu penjual pakaian bekas di Pasar Klithikan Notoharjo Solo. Untuk yoga sendiri melakukan jualan Ketika pagi saja karena tidak memiliki kios di Pasar Klithikan. Untuk pakaian bekas yang dijual Yoga sendiri hanya berupa pakaian kemeja, jaket, dan juga celana. Selain menggunakan media pasar <i>offline</i> Yoga juga melakukan kegiatan jual-beli pakaian bekas melalui aplikasi Facebook. |
| 3 | Nama      | Ibu Dwi   |
|   | Status    | Penjual   |
|   | Deskripsi | Ibu Dwi adalah salah satu penjual pakaian bekas yang berjual di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Untuk pakaian yang dijualnya sendiri hanya kemeja dan juga baju flannel. Ibu Dwi sendiri sudah berjualan kurang lebih 5 tahun selama berada di pasar Klithikan Notoharjo Solo.  |
| 4 | Nama      | Meisa   |
|   | Status    | Pembeli   |

|   |           |  |
|---|-----------|--|
|   | Deskripsi | Meisa merupakan seorang remaja yang berumur 22 tahun yang berasal dari Bekasi dan dia sudah menggemari <i>fashion</i> pakaian bekas kurang lebih sudah 4 tahun. Meisa sendiri dalam <i>fashion</i> ini menyukai barang <i>vintage</i> dan juga kemeja dan untuk kegiatan membeli pakaian bekas yang pernah dilakukan olehnya antara lain di pasar Kliwonan, Colomadu, pasar Klithikan, dan yang paling jauh di Malaysia.   |
| 5 | Nama      | Gilang   |
|   | Status    | Pembeli  |
|   | Deskripsi | Gilang adalah remaja berumur 22 tahun yang berasal dari Grobogan. Gilang sendiri sudah menekuni <i>fashion</i> pakaian bekas kurang lebih 4 tahun. Lokasi yang biasanya menjadi tempat sasaran Gilang antara lain di pasar Kliwonan, Colomadu, dan pasar Klithikan. Untuk pasar Klithikan Gilang sendiri selalu melakukannya di hari sabtu atau minggu hanya untuk mendapatkan barang <i>branded</i> atau <i>vintage</i> . |
| 6 | Nama      | Bagus  |
|   | Status    | Pembeli  |
|   | Deskripsi | Bagus adalah remaja asli Solo yang berusia 19 tahun dan sudah menyukai <i>fashion</i> pakaian bekas kurang lebih 2 tahun. Untuk Bagus sendiri sering menjadikan pasar Klithikan sebagai tempat berburu pakaian bekas terutama jaket dan kemeja flanel.   |
| 7 | Nama      | Pak Fajri  |
|   | Status    | Penjual  |
|   | Deskripsi | Pak fajri merupakan lurah pasar bagian jual-beli pakaian bekas, dan beliau sudah berjualan pakaian bekas kurang lebih 6 tahun. Pak Fajri sendiri untuk saat ini sudah berusia kurang lebih 48 tahun.   |
| 8 | Nama      | Parjo  |
|   | Status    | Penjual  |

|  |  |
|--|--|
|  | Pak Parjo merupakan penjual pakaian bekas sejak awal berdirinya pasar yaitu pada tahun 2006. Untuk saat ini pak Parjo sudah memiliki 3 kios di pasar Klithikan Notoharjo Solo. |
|--|--|

Sumber : data primer

#### 4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data metode induktif. Cara induktif akan berawal dari observasi untuk mendapatkan fakta, gejala, serta masalah yang diperoleh saat melakukan observasi dengan secara rinci yang kemudian menuju generalisasi atau membangun sebuah pola-pola umum (Raco, 2010).

Gunawan (2013) menjelaskan bahwa analisis data merupakan proses pencarian data dengan menyesuaikan hasil observasi, wawancara, serta catatan-catatan yang didapatkan kemudian dianalisis dengan tujuan untuk menyajikan data yang ditemukan sesuai dan serasi (Gunawan, 2013). Analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian akan terdiri dari penyajian reduksi data, penyajian keabsahan data (triangulasi) dan kemudian dilanjutkan dengan menarik kesimpulan. Berikut merupakan proses teknik analisis data yang akan dilakukan :

##### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan identifikasi data-data yang ditemukan dilapangan dengan melakukan *coding*, kemudian data yang serasi dengan penelitian akan dipilih sedangkan data yang tidak serasi akan direduksi. Reduksi data dalam hal ini dilakukan untuk menajamkan penelitian serta membuang data yang tidak diperlukan sehingga dalam proses selanjutnya akan dapat ditarik sebuah kesimpulan yang kemudian dapat diverifikasi. Proses reduksi data yang dilakukan tidak hanya berhenti Ketika proses penelitian berlangsung akan tetapi juga akan terus dilakukan peneliti setelah proses penelitian lapangan berjalan hingga pembuatan laporan akhir selesai tersusun.

##### b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini akan menggambarkan informan yang dikumpulkan dan dapat digunakan sebagai kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang digunakan dalam data kualitatif bersifat naratif dalam menjelaskan data hingga laporan akhir selesai.

c. Menarik Kesimpulan

Dalam proses penarikan kesimpulan peneliti akan melakukan verifikasi atas data yang tersaji dengan berpijak pada rumusan masalah yang telah ada.

## **H. Sistematika Penulisan**

Supaya hasil penelitian tertulis dengan sistematis, peneliti telah menyusun rancangan proposal dengan 6 bab. Masing-masing dari bab akan terdiri beberapa sub-bab. Untuk itu sistem kepenulisan yang telah disusun peneliti dalam rancangan proposal sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

### **BAB II : PASAR, EKSPRESI DIRI, KOMODITAS DAN TEORI CIRCUIT OF CULTURE STUART HALL**

Pada bab ini akan dijelaskan terkait dengan Pasar, Ekspresi, Komoditas, dan Teori *Circuit of Culture* yang meliputi konsep dari teori tersebut, asumsi dasar teori, dan konsep kunci teori.

### **BAB III : PASAR KLITHIKAN SEBAGAI LOKASI PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan dan menggambarkan secara detail terkait gambaran umum pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai lokasi penelitian yang meliputi : kondisi geografis, demografis, sosial dan ekonomi dari lokasi penelitian.



#### **BAB IV : DAYA TARIK PASAR, DAYA TARIK PAKAIN BEKAS YANG DI JUAL-BELIKAN**

Bab ini akan diurikan hasil penelitian untuk menjelaskan serta menganalisis rumusan masalah pertama dan rumusan masalah ke dua mengenai Daya tarik apa yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo, serta Apa barang yang diperjual belikan di pasar Klithikan Notoharjo sehingga dapat memenuhi ekspresi komoditas anak muda.

#### **BAB V : ALASAN MENJUAL PAKAIAN BEKAS**

Bab ini akan menjelaskan terkait dengan rumusan masalah ketiga yaitu tentang kenapa penjual memperjual-belikan pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan dari serangkaian penulisan penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban akhir dari rumusan masalah. Selain itu dalam kesimpulan akan dituliskan saran untuk penulisan selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

## BAB II

### PASAR, EKSPRESI, KOMODITAS DAN TEORI *CIRCUIT OF CULTURE* STUART HALL

#### A. Pasar, Ekspresi Diri, Komoditas

##### 1. Pasar

Pasar dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia di artikan sebagai tempat untuk melakukan jual dan beli. Sedangkan definisi tradisional adalah menurut tradisi (adat). Dengan demikian maka pasar tradisional dapat diartikan menjadi tempat orang berjual beli yang memiliki adat tertentu. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri atau adat yang khas yaitu cara jual belinya yang masih tradisional dengan bertatap muka secara langsung antara pembeli dan penjual. Selain itu, pasar tradisional juga memiliki adat untuk tawar menawar antara penjual dan pembeli (Ahmad, 2022).

Kedua adat di atas merupakan daya tarik terbesar bagi pasar tradisional dan membedakan pasar tradisional dengan pusat perbelanjaan modern. Meskipun masih terjadi proses tawar menawar, biasanya pasar tradisional menjual barang-barang dengan harga murah terutama apabila dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di super market, toko-toko, maupun pusat perbelanjaan modern. Barang yang biasa diperjual belikan di pasar tradisional adalah bahan masakan, alat-alat rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

##### 2. Ekspresi Diri

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Ekspresi Diri merupakan merupakan suatu proses menyatakan, pengungkapan maksud, perasaan, gagasan atau hasil pemikiran. Ekspresi diri adalah proses holistik yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman individu tentang diri sendiri dan fenomena eksternal, dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai berbagai jenis tujuan pembelajaran (Anggoro, 2010).

Pasar Klithikan Notoharjo dalam hal ini adalah tempat yang digunakan oleh anak muda untuk memenuhi ekspresi dalam diri mereka terkait dengan penggunaan pakaian bekas. Ekspresi diri yang dilakukan di

pasar Klithikan Notoharjo dapat menjadi sarana untuk mengungkapkan diri dan mengekspresikan emosi yang sulit diungkapkan dengan kata-kata. Selain itu, ekspresi diri juga dapat membantu seseorang untuk memahami diri mereka sendiri dan mengembangkan kreativitas mereka

### **3. Fashion**

Pada bagian ini, *fashion* juga menjadi bagian penting yang terjadi pada penggunaan pakaian bekas. Dalam kamus sosiologi *fashion* merupakan suatu mode yang ditampilkan oleh individu yang hidupnya tidak lama, di dalamnya menyangkut gaya Bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian atau busana tertentu (Soekanto, 2014).

*Fashion* dalam kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai “busana, pakaian, baju terbaru dalam kurun waktu tertentu”. Dalam hal ini *fashion* merupakan sebuah isu yang sangat penting karena mencirikan pengalaman dalam hidup sosial. Fashion dalam kehidupan modern memiliki fungsi dalam hal kesopanan (*modesty function*) dan juga daya tarik. Menurut Troxell dan Stone (1981) dalam Ristiani (2022) *fashion* merupakan gaya yang diterima serta digunakan oleh mayoritas anggota kelompok tertentu. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa *fashion* erat dengan gaya yang digemari.

*Fashion* yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu kegemaran dalam busana pakaian bekas pada kalangan anak muda yang Kembali digandrungi dengan tujuan untuk memberikan penampilan yang lebih elegan atau *stylish* karena orang bisa melihat kesimpulan siapa anda, kelompok sosial darimana.

### **4. Thrifting**

Kata *thrifting* merupakan kata yang awalnya berasal dari Bahasa Inggris yaitu kata “*thrift*” yang diambil dari kata *thrive* yang memiliki arti berkembang dan maju. Sedangkan kata *thrifty* berarti sebagai cara yang digunakan untuk menggunakan uang dan barang secara baik serta efisien (Ristiani, 2022).

Penyebutan untuk benda-benda bekas sendiri dari beberapa daerah memiliki makna yang berbeda-beda, di Lampung pakaian bekas biasa disebut dengan istilah Baju Batam, di Palembang biasa disebut dengan BJ (Buru'an Jambi), sedangkan di Kalimantan Utara pakaian bekas biasa dikenal dengan istilah Monza, di Surabaya biasa disebut dengan istilah cakaran atau obok-obok, sedangkan di Jawa dikenal dengan awul-awul (Ristiani, 2022).

Membeli pakaian bekas yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu sebuah kegiatan berbelanja hemat pakaian bekas atau *second* yang dilakukan anak muda dengan tujuan untuk memberikan penampilan dalam diri dengan unik, *vintage*.

## **5. Anak Muda**

Anak muda dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan seorang anak yang mulai tumbuh ke arah dewasa. Dalam pengertian lain, yaitu dalam diri anak muda terdapat proses perkembangan yang mencakup beberapa kematangan seperti emosional, sosial, fisik dan sebuah transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa.

Dimaksudkan anak muda dalam penelitian ini berdasarkan Departemen Kesehatan Republik Indonesia yaitu anak dengan usia 17-25 tahun yang menyukai *fashion* pakaian bekas dan menjadikannya sebagai gaya dalam dirinya.

## **6. Komoditas**

Komoditas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan barang dagangan utama, atau suatu barang atau benda yang nyata serta relatif mudah untuk diperjual belikan, dan dapat diserahkan secara fisik. Ibrahim (2007) menjelaskan budaya populer yang disokong industri budaya telah mengkonstruksi dalam kehidupan masyarakat tidak berdasarkan konsumsi saja, serta telah menjadi artefak budaya dan juga memiliki nilai berupa motif laba sudah tentu hal tersebut komoditas.

Komoditas yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pasar Klithikan sebagai pemenuhan ekspresi komoditas anak muda. Hal tersebut

dibuktikan dengan maraknya aktivitas jual-beli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo yang melibatkan antara penjual dan pembeli, dimana pada zaman sekarang bukan hanya sebagai kebudayaan saja akan tetapi suatu hal yang memiliki nilai berupa laba.

## 7. Pemanfaatan Barang Bekas Dalam Perspektif Islam

Menggunakan barang bekas yang terbuat dari plastik, kain ataupun yang lainnya merupakan sebuah kegiatan yang baik dalam hal pelestarian lingkungan dengan tujuan agar barang tersebut tidak terkesan mubazir. Lingkungan sendiri merupakan karunia Allah SWT yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan umat manusia. Sebagai khalifah di muka bumi, manusia memiliki Amanah dan bertanggung jawab dalam menjaga dan melestarikan lingkungan dalam upaya untuk mengisi, mengelola serta pemberdayaan isi bumi (Arisanti, 2020). Dalam hal ini penggunaan pakaian bekas dari kain merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk memanfaatkan pakaian bekas yang masih bisa digunakan agar tidak mubazir. Hal tersebut juga tertulis dalam QS. Al-Isra' ayat 27 :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Maksud dari QS. Al-Isra' : 27 yaitu mengajarkan kepada manusia agar dapat memanfaatkan barang yang masih bisa digunakan karena dalam islam haram hukumnya membiarkan barang yang bisa digunakan melapuk tanpa digunakan (Musthafa, 1993). Selain tujuan tersebut, Islam juga mengajarkan kepada manusia untuk selalu menjaga lingkungan dari limbah sampah karena Islam selalu mengajarkan keindahan dan juga kebersihan. Banyak dari kita yang masih suka menghambur-hamburkan barang bekas, padahal Islam telah mengajarkan kepada manusia untuk bisa mengelola barang bekas dengan bagus. Firman Allah terkait hal tersebut ada dalam QS. Ar-Ruum ayat 41 yaitu :

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Barang bekas dalam hal ini merupakan sebuah kegiatan yang baik jika dapat dimanfaatkan dengan baik pula. Penggunaan pakaian bekas merupakan salah kegiatan yang baik, disamping baik untuk bumi juga baik untuk nilai ekonomi. Pengelolaan pakaian bekas merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk membangun masyarakat lebih berteman dengan sampah dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat ekonomi di dalamnya.

## **B. Teori *Circuit of Culture* Stuart Hall**

### **1. Konsep Teori *Circuit of Culture***

Teori *circuit of culture* atau biasa dikenal dengan sirkuit kebudayaan. Teori *circuit of culture* dalam penelitian kali ini bertujuan untuk membantu dalam mengabalisis Pasar Klithikan sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda. Stuart Hall sendiri merupakan ahli teoritis kebudayaan, aktivis politik, serta sosiolog yang berkebangsaan Jamaika (Arvind, 2019). Teori sirkuit kebudayaan diciptakan sebagai alat analisis budaya yang di dalamnya terdapat lima aspek yaitu produksi, regulasi, konsumsi, representasi, dan juga identitas (Hall, 1997).

Teori *Circuit of Culture* adalah sebuah teori yang digunakan untuk memahami bagaimana budaya diproduksi, dikonsumsi, dan direproduksi dalam masyarakat. Teori ini dikembangkan oleh Stuart Hall dan rekan-rekannya pada tahun 1997. Teori ini menganggap bahwa budaya tidak hanya diproduksi oleh individu atau kelompok tertentu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, politik, dan ekonomi yang ada dalam masyarakat (Hall, 1997).

Konsep kerja dari teori *circuit of culture* yaitu *production, consumption, regulation, representation, dan identity* yang perlu digaris bawahi adalah sebagai sebuah *circuit*, dalam penggunaan teori ini baru akan dikatakan selesai apabila semua proses telah dijalani dan dikaji. Bagian-bagian atau elemen-elemen dalam teori *circuit of culture* berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga pada saat melakukan proses kajian pada proses tertentu, proses yang sedang dikaji tersebut bisa jadi merupakan sebuah elemen yang membangun proses

lainnya. Misalnya, proses representasi yang akan di bahas pada bagian *representation* merupakan elemen pembentuk terjadinya sebuah identitas yang nantinya akan dijelaskan dalam bagian *identity*, demikian juga dengan yang lainnya. Dalam proses kajian Stuart Hall dengan sengaja membeda-bedakan prosesnya, namun dalam kehidupan yang sebenarnya beliau menjelaskan, jika proses-proses tersebut akan selalu tumpang tindih dan saling berkaitan antara satu dan lainnya dengan cara yang rumit dan kurang teratur (Hall, 1997).

## 2. Asumsi Dasar

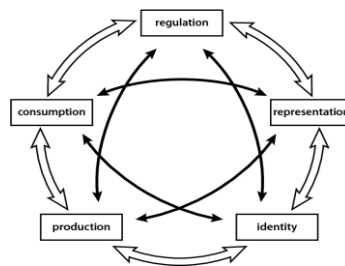
Asumsi dasar dari teori *circuit of culture* berangkat dari sebuah arti kebudayaan yang memiliki nilai yang estetis, maksudnya yaitu sebuah benda yang biasanya disebut dengan istilah seni, maupun sebuah budaya yang dimaknai sebagai sebuah proses pengembangan baik dalam hal spriritual, intelektual, dan estetis. Namun kenyataannya budaya dipahami sebagai sesuatu atau sebuah teks dan praktik yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari. Dalam hal tersebut budaya dianggap sebagai sesuatu yang bersifat politisi karena di dalamnya terdapat sebuah arena yang dipruntukkan untuk kontestasi dan juga konflik (Hall, 1997). Oleh karena itu, model dari *circuit of culture* ini sering dipergunakan sebagai pisau analisis dalam mengkaji bagaimana artefak kultural itu direpresentasikan, kemudian akan dicari identitas seperti apa yang tersemat di dalamnya, serta mekanisme seperti apa yang digunakan untuk meregulasi distribusi dan penggunaannya. Karena yang digunakan dalam melakukan sebuah analisis merupakan sebuah *circuit*, maka analisis dapat dimulai dari arah manapun serta dalam urutan apapun (Hall, 1997).

Sebagai sebuah kerangka teoritis yang dapat digunakan untuk memahami bagaimana budaya diproduksi, dikonsumsi, dan direproduksi dalam masyarakat. Teori ini mengasumsikan bahwa budaya tidak hanya diproduksi oleh individu atau kelompok tertentu, tetapi melalui proses yang kompleks dan saling terkait antara berbagai elemen dalam masyarakat (Hall, 1997).

### 3. Istilah-istilah Penting dari Toeri *Circuit of Culture*

Pada penelitian kali ini digunakan teori milik Stuart Hall lebih dalam untuk membantu mengupas Pasar Klithikan sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda. Lima elemen yang terdapat dalam teori sirkuit kebudayaan akan digunakan untuk mengidentifikasi Pasar Klithikan sebagai tempat untuk memenuhi penggunaan pakaian bekas yang marak terjadi dalam kehidupan anak muda terutama untuk mengekspresikan diri mereka. Elemen-elemennya yaitu produksi (*production*), konsumsi (*consumption*), regulasi (*regulation*), representasi (*representation*), dan identitas (*identity*).

**Gambar 1. *Circuit of Culture* oleh Stuart Hall**



Sumber : <https://images.app.goo.gl/m7aScdT6Hcqo2D3XA>

Seperti yang dijelaskan dalam konsep gambar di atas. Teori *circuit of culture* dari Stuart Hall memiliki hubungan satu sama lain dan mempengaruhi. Berikut penjelasan dari masing-masing elemen pada teori *circuit of culture* berdasarkan (Hall, 1997):

a. *Production* (produksi)

Pada bagian ini akan membahas bagaimana kebudayaan itu diproduksi. Dimana biasanya masyarakat atau individu akan memproduksi budaya atas respon dari tiap-tiap lingkungan sekitar. Sehingga akan terdapat sebuah perbedaan kebudayaan antar wilayah bahkan dalam kelompok terkecil dalam masyarakat yaitu keluarga. Hal tersebut ditujukan agar terjadi kesesuaian proses antar individu dalam mencapai tujuan Bersama. Dalam bagian ini akan dikaji beberapa bagian yaitu



proses produksi dalam pasar, media, dan juga bahasa. Proses produksi yang terjadi di pasar Klithikan berdasarkan jawaban dari bapak Samino dan juga Ibu Ade dilakukan dengan cara membeli ball dari luar secara online dengan nilai 8-18 juta yang mana ball yang dipesan disesuaikan dengan kebutuhan seperti khusus kemeja formal, jaket, celana, *vest*, dan merk lainnya. Sedangkan untuk media mereka mengaku tidak melakukan jual-beli secara online, sedangkan untuk Agus salah satu penjual menjelaskan jika kebanyakan yang menggunakan media sebagai jual-beli hanya penjual yang berusia muda dan biasanya juga hanya Facebook dan Instagram. Selain itu, para *influencer* yang membuat konten dalam media sosial mereka seperti Tik-Tok, YouTube terkait pasar Klithikan juga ikut membantu dalam memberikan pemberitaan kepada dunia luar terkait apa yang dijual dan diberikan di pasar Klithikan. Untuk penggunaan Bahasa ada beberapa istilah yang digunakan oleh penjual agar mudah dimengerti oleh pembeli seperti Jumper (*hoodie*), *sweater (crewneck)*, celana kempol (celana cargo), rompi (*vest*), kaos kerah (kaos polo), kaos lengan Panjang (*long sleeve*).

b. *Regulation* (regulasi)

Elemen ini merupakan elemen yang mengatur kebudayaan agar beradaptasi dengan semestinya. Pengaturan yang terjadi di dalamnya kemudian akan didistribusikan agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas. Dalam bagian ini akan dijelaskan bagaimana pakaian bekas tersebut dapat digunakan dan dapat berlangsung hingga saat ini. Karena sebagian besar barang dijual di pasar Klithikan merupakan barang impor, sedangkan impor barang bekas di Indonesia memiliki aturan di dalam undang-undang.

c. *Consumption* (konsumsi)

Pada bagian elemen ini suatu lingkungan memiliki kebudayaan dan masyarakat akan mengkonsumsi kebudayaan

tersebut untuk beradaptasi dengan lingkungan yang mereka tinggali. Selain itu, masyarakat juga sering mengkonsumsi kebudayaan yang berasal dari luar atas dasar ketertarikan, kebutuhan, atau alasan yang lainnya seperti penyesuaian (akulturasi) yang dilalui juga proses adaptasi. Dalam bagian ini akan dijelaskan ke dalam beberapa bagian yaitu konsumsi yang dilakukan oleh penjual dan juga pembeli atau *thrift stiler*. Penjual dalam kegiatan tersebut adalah individu pertama yang melakukan konsumsi pakaian bekas terlebih dahulu sebelum barang tersebut dijual. Sedangkan untuk pembeli sendiri merupakan aktor yang berperan dalam membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo.

d. *Representation* (representasi)

Dalam bagian ini kebudayaan diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri. Akan tetapi dalam pemaknaan yang terkandung di dalamnya antara produsen dengan konsumen belum tentu memiliki kesamaan, termasuk pemaknaan konsumen satu dengan yang lainnya. Tentu pemaknaan tersebut akan berpengaruh terhadap bagaimana kebudayaan tersebut dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga tujuan dari para konsumen menggunakan produk budaya tersebut juga sering mendapatkan hasil dan tujuan yang berbeda. Representasi adalah produksi makna melalui Bahasa dalam kebudayaan, secara sederhana budaya merupakan *shared meanings* (berbagai makna). Sebagian dari masyarakat akan memberikan makna melalui berbagai cara seperti mereka mengekspresikan diri, kata yang digunakan untuk mendeskripsikan diri, gambar yang akan diciptakan, cara klarifikasi, serta nilai-nilai yang akan diletakkan. Dalam bagian ini akan dijelaskan ke dalam beberapa bagian antara lain yaitu, budaya kekinian tanpa batasan, membeli pakaian impor. Sejauh ini menurut pengakuan Meisa dan juga Gilang kegiatan membeli pakaian bekas yang

mereka lakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan sebuah aktivitas yang ditujukan untuk representasi budaya kekinian tanpa batas dan pasar Klithikan mampu memberikan gaya yang mereka butuhkan karena banyaknya barang yang di jual dari berbagai jenis seperti *vest*, *vintage*, *outdoor*, dan yang lainnya. Selain itu berdasarkan pengamatan peneliti budaya membeli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan mulai dilirik oleh berbagai lapisan masyarakat yang ikut melakukan kegiatan membeli pakaian bekas tersebut.

e. *Identity* (identitas)

Identitas dalam elemen ini merupakan sebuah perwujudan dari imajinasi yang dipandang oleh pihak-pihak tertentu yang saling terhubung di dalamnya. Oleh sebab itu, identitas akan dapat terbentuk melalui proses konstruksi yang terjadi didalam masyarakat. Dalam bagian ini peneliti akan menjelaskan ke dalam beberapa bagian yaitu, *social creative* dan gentrifikasi. *Social creative* yang dimaksud dalam hal ini berdasarkan pengamatan peneliti yaitu para penjual dan juga pembeli atau *thrift styler* melakukan kegiatan *reuse*, *upcycle*, dan *resell*. Dimana mereka juga melakukan proses daur ulang seperti merubah bentuk, memberi gambar lebih menarik, kemudian dijual kembali dengan nilai yang lebih. Sedangkan untuk gentrifikasinya sendiri yaitu terdapat beberapa pakaian bekas bekas yang dijual dengan harga tinggi, dimana itu hanya bisa dibeli oleh kaum menengah ke atas yang menyebabkan kaum menengah ke atas ikut dalam aktivitas membeli pakaian bekas ini.

Dalam lima elemen tersebut, peneliti akan menggunakan kelima elemen *circuit of culture* milik Stuart Hall dalam menganalisis data penelitian. Hal tersebut ditujukan agar analisis dalam penelitian ini yaitu terkait dengan pasar Klithikan Sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda.

## **BAB III**

### **PASAR KLITHIKAN SEBAGAI LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Kondisi Geografis**

Penelitian ini peneliti mengambil lokasi pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai lokasinya. Pasar Klithikan sendiri terletak di kelurahan Semanggi, Surakarta dimana pasar tersebut merupakan salah satu pasar yang dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar Surakarta. Kelurahan Semanggi merupakan salah satu wilayah dari Kecamatan Pasar Kliwon Surakarta. Untuk memberikan gambaran secara umum mengenai Kelurahan Semanggi yang menjadi lokasi penelitian ini, terlebih dahulu akan diuraikan mengenai keadaan Kelurahan Semanggi tersebut. Maksud dari penyajian uraian keadaan Kelurahan Semanggi adalah memberikan gambaran secara umum sebelum membahas dan memecahkan persoalan.

a. Batas-batas Daerah :

1. Sebelah Utara : Kelurahan Sangkrah
2. Sebelah Timur : Kabupaten Sukoharjo
3. Sebelah Selatan : Kabupaten Sukoharjo
4. Sebelah Barat : Kelurahan Pasar Kliwon

b. Bila di lihat dari Orbitan (Jarak dari pusat pemerintahan) :

1. Jarak dari pusat pemerintah Kecamatan : 1 Km
2. Jarak dari Ibukota Kabupaten DATI II : 1,5 Km
3. Jarak dari Ibukota Propinsi DATI I : 100 Km
4. Jarak dari Ibukota Negara : 650 Km

Wilayah Kelurahan Semanggi yang terletak di dataran rendah ini memiliki ketinggian tanah 92 m di atas permukaan air laut. Dengan curah hujan sebanyak 20 Mm/Th dan suhu udara rata-rata 19°C. Di kelurahan Semanggi mempunyai sarana perekonomian yaituterdapat empat pasar dengan jenis dan fungsi yang berbeda, yaitu :

### 1. Pasar Umum

Yaitu pasar seperti pada umumnya, sebagian besar barang yang di dagangkan adalah sembako. Di Kelurahan Semanggi ini terdapat satu buah pasar umum.

### 2. Pasar Hewan

Pasar ini mayoritas menjual beraneka macam hewan, tapi sebagian besar pasar ini banyak penjual ayam. Para penduduk sekitar pun menyebut pasar ini adalah pasar ayam. Di Kelurahan Semanggi terdapat satu buah pasar hewan.

### 3. Pasar Besi Tua

Pasar ini banyak menjual berbagai macam besi, dan sebagian besar para penjual juga mempunyai usaha pengelasan besi. Di Kelurahan Semanggi terdapat satu buah pasar besi tua.

### 4. Pasar Klitikan

Pasar ini menjual berbagai macam barang tetapi harga bisa tawar-menawar, barang-barang bekas juga banyak terdapat di pasar ini. Di Kelurahan Semanggi terdapat satu buah pasar klitikan yaitu pasar klitikan Notoharjo.

## 2. Kondisi Topografis

Desa Semanggi merupakan datara rendah yang memiliki Luas Wilayah : 166.82 ha merupakan dataran rendah, dengan ketinggian  $\pm 92$  m diatas permukaan laut dengan suhu rata-rata 19-35°C, Jarak Kelurahan Semanggi ke pusat Pemerintahan Kecamatan  $\pm 900$  m Jarak Kelurahan Semanggi ke pusat Pemerintahan Kota  $\pm 3$  km Jarak Kelurahan Semanggi ke pusat Pemerintahan Provinsi  $\pm 105$  km.

## 3. Kondisi Demografis

### a. Jumlah Penduduk

Desa Semanggi merupakan salah satu kawasan terdapat di Kota Solo. Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui Kantor Kelurahan Semanggi, jumlah penduduk tahun 2020 berjumlah 23.417 dan pada

tahun 2021 berjumlah 23.2399 jiwa. Kawasan Semanggi merupakan wilayah dengan padat penduduk, dan saat ini daerah Semanggi menjadi alternatif penghuni dikarenakan tidak adanya tempat tinggal yang layak bagi mereka sehingga lahan kosong yang ada dimanfaatkan oleh masyarakat untuk dijadikan tempat tinggal yang menyebabkan kepadatan. Masyarakat setempat membagi membagi Kelurahan Semanggi menjadi dua wilayah yaitu, barat dan timur. Semanggi berkembang menjadi permukiman padat, konsentrasi kemiskinan dengan relasi kekeluargaan yang kuat.

Kelurahan Semanggi terdiri dari 11 dusun yaitu Jayengan, Gandekan, Keparen, Surobawon, Kartodipuran, Borotodipuran, Nyutran, Notokusuman, Macanan, Suroloyan dan Kali Larangan. Pada tahun 2018 dengan jumlah 1.046 kepala keluarga, jumlah 832 rumah dan jumlah penduduk 3,482 jiwa. Kelurahan Semanggi untuk saat ini ada 18 RW dan 87 RT.

**Tabel Kependudukan Kelurahan Semanggi**

| <b>Kategori</b>                             | <b>Jumlah</b> |
|---|---------------|
| Total Kepala Keluarga                       | 1.046         |
| Total Penduduk                              | 3.482         |
| Rata-rata jiwa per KK                       | 3,3           |
| Anak usia 7-18 th                           | 610           |
| Jumlah Rumah                                | 832           |
| Rata-rata Jumlah KK per rumah               | 0,8 %         |
| Penduduk usia 7-18 th yang tidak bersekolah | 0,3 %         |
| % KK Miskin                                 | 11 %          |
| % Orang cacat                               | 0,52 %        |

Sumber : [www.solokita.co.id](http://www.solokita.co.id), 2020

## **b. Kondisi Sosial dan Ekonomi**

### **1. Kondisi Sosial**

Letak Kelurahan Semanggi yang setrategis di dekat kantor Kelurahan Semanggi / balai masyarakat yang menjadikan sosial masyarakat dan hubungan pemerintah dengan masyarakat sangat baik.

## 2. Kondisi Ekonomi

Dalam suatu kawasan pasti terdapat perbedaan tingkat ekonomi masyarakatnya, begitu pula pada kawasan pengrajin Industri kerajinan, dilihat dari kondisi Kelurahan Jayengan, maka akan terlihat keadaan masyarakat yang memiliki ekonomi baik, itu terlihat pada rumah penduduk yang berada pada jalan utama. Tetapi kalau ditinjau pada kondisi lingkungan masih ditemukannya masyarakat-masyarakat dengan ekonomi lemah.

**Tabel 2 Mata Pencaharian tahun 2020**

| <b>NO</b>     | <b>PEKERJAAN</b>  | <b>JUMLAH</b> |
|---------------|-------------------|---------------|
| 1             | Pentani           | 12            |
| 2             | Buruh Tani        | 2             |
| 3             | Nelayan           | 0             |
| 4             | Pengusaha         | 689           |
| 5             | Buruh Industri    | 3,544         |
| 6             | Buruh bangunan    | 2,902         |
| 7             | Pedagang          | 4,304         |
| 8             | Pengangkutan      | 1,581         |
| 9             | PNS / TNI / Polri | 279           |
| 10            | Pensiun           | 257           |
| 11            | Lain-lain         | 14,316        |
| <b>JUMLAH</b> |                   | <b>27,886</b> |

*Sumber : Laporan Monografi Dinas Kecamatan Pasar Kliwon*

### c. Kondisi Eksisting Semanggi

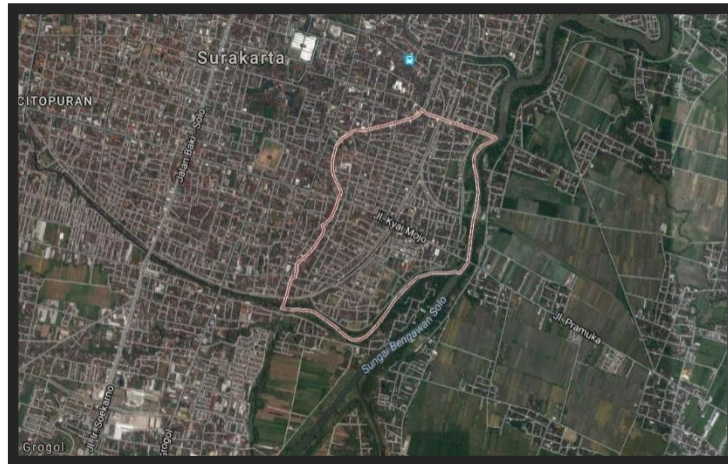
#### 1. Aspek Fungsi Kawasan

Kampung kelurahan Semanggi saat ini merupakan kawasan pemukiman dan kawasan industri, dengan adanya pasar-pasar menjadikan kawasan semanggi sebagai kawasan salah satu pusat industri salah satunya dengan adanya Pasar Klithikan Notoharjo.

## 2. Aspek Fisik dan Teknis

Tata guna lahan adalah peraturan mengenai penggunaan lahan dimana memerlukan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Terdiri dari lahan terbangun (*Urban Solid*) dan lahan terbuka (*Urban Void*).

**Gambar 2. Kelurahan Semanggi**



Sumber : [www.wikimapia.org](http://www.wikimapia.org)

Kelurahan Semanggi didominasi oleh pemukiman dan Pasar Tradisional. Kondisi eksisting pencapaian dari Jl. Sungai Serang I, yaitu arah Utara dari Sungai Bengawan Solo. Maka menjadi Jalan Utama. Adanya potensi di Kelurahan Semanggi, terdapat pula kekurangan guna mencapai sebagai desa wisata kreatif. Permasalahan yang ada di Kelurahan Semanggi adalah tata bangunan di Kelurahan Semanggi umumnya padat permukiman.

## B. Profil Pasar Klithikan Notoharjo Solo

### 1. Sejarah Singkat

Pasar Klithikan Notoharjo dibangun dengan dana APBD pada tahun 2006 dengan nilai sebesar 5,5 Milyar. Lokasi dari pasar tersebut menempati tanah kurang lebih seluas 11.950 m<sup>2</sup> dengan penggunaan lahan yang diperuntukkan bangunan kios seluas 6.108 m<sup>2</sup>, sarana dan prasarana seluas 5.800 m<sup>2</sup> dan sisa lahan seluas 42 m<sup>2</sup>. Pembangunan pasar Klithikan sendiri dilakukan oleh PT Surya Bayu Sejahtera. Adapun untuk bangunan yang



dibangunan antara lain kios berukuran 3 x 4 meter sebanyak 1.018 unit, gedung kantor pengelola pasar, koridor selebar 3 meter, area parkir, jalur hijau.

Beralihnya fungsi dari monumen Banjarsari tahun 2006 dari yang sebelumnya digunakan sebagai pasar atau tempat pedagang berjualan berbagai barang mulai dari pakaian bekas, onderdil motor, barang elektronik dan juga yang lainnya menjadi taman kota yang didalamnya terdapat patung ornamen yang menggambarkan perjuangan bangsa Indonesia dalam merebut kemerdekaan, yang kemudian para pedagang dipindah ke pasar Klithikan Notoharjo Solo. Proses pemindahan yang dilakukan oleh pemerintah kota solo terbilang cukup lama, karena melakukan pendekatan pada tahun 2005 dan baru terealisasi pada tahun 2006 (SilaNew.com, 2022). Proses pendekatannya yang dilakukan pemerintah Solo terbilang cukup unik. Karena pemerintah Solo mengajak para pedagang makan bersama secara informal di angkringan sekitaran monumen Banjarsari dan hal tersebut dilakukan beberapa dalam beberapa bulan.

Pasar Klithikan Notoharjo yang sekarang ini terletak di bagian timur selatan kota Surakarta, kurang lebih 1,5 km ke arah pasar Klewer, dekat dengan pasar Ayam, pasar Kambing, Sub. Terminal, pasar Besi Tua, pusat Kesehatan, Sekolah serta pasar Kliwon (Suci, 2014). Keberadaan pasar Klithikan Notoharjo yang sekarang menjadi tempat jual beli barang bekas maupun baru membuat daerah sekitarnya yang awalnya kumuh kini telah berubah menjadi daerah yang menjadi baru dengan banyaknya aktivitas usaha kecil atau mikro. Pasar Klithikan Notoharjo dalam hal ini patut dijadikan sebagai bahan percontohan dalam hal relokasi pedagang kaki lima. Ibu Dwi selaku pedagang juga menjelaskan :

“kami para pedagang disini bersyukur memiliki tempat baru yang baik setelah dilakukan pemindahan, tempat di Klithikan Notoharjo juga tempat yang ramai karena berdekatan juga dengan beberapa pasar, tentu ini menjadi hal yang baik untuk kami.” (Wawancara Bu Dwi, 2023).

Aktivitas pasar Klithikan dalam berjualan berlangsung sehari-hari. Dari hasil observasi pengunjung akan datang dengan ramai ketika hari libur dan di saat pagi hari, selain itu banyak dari pedagang yang berjualan barang-barang dengan usia 32-45 tahun. Hal tersebut telah memberikan penjelasan bahwa

yang ikut berjualan di pasar Klithikan Notoharjo selama ini bukan hanya golongan orang tua saja akan tetapi juga ada beberapa golongan anak muda yang ikut menjadikan pasar Klithikan sebagai tempat mereka untuk memenuhi kebutuhannya.

Perkembangan jual-beli pakaian *second* atau bekas sendiri di pasar Klithikan Notoharjo berdasarkan penelitian yang dilakukan sangat baik karena pedagang mengaku jika tempat yang mereka tempati dapat memberikan peningkatan dalam hal ekonomi sehingga menjadikan penghasilan menjadi lebih baik. Selain itu, jual-beli pakaian bekas yang dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo terbilang lebih aman dan nyaman sehingga menjadikan banyak pembeli dari kalangan usia datang dan membeli barang-barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo.

### **Gambar 3. Kondisi Jual-beli yang berada di kios pakaian bekas**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai pasar yang menyuguhkan barang bekas sebagai Sebagian besar produk yang mereka jual pada umumnya pedagang akan mengeluarkan pakaian dagangannya di depan kios agar para pembeli yang lewat dapat mengetahui jenis barang apa aja yang di jual, akan tetapi kegiatan tersebut menjadikan jalan akses depan kios menjadi lebih sempit. Namun para pedagang mengaku justru itulah ciri khas dari pasar Klithikan Notoharjo yang tetap ingin dipertahankan agar tidak hilang meskipun telah direlokasi oleh pemerintah daerah. Seperti apa yang dikatakan oleh ibu Dwi :



pendekatan kebudayaan dengan tujuan untuk menjadikan kota Surakarta menjadi kota yang berkelanjutan. Keberhasilan pemindahan yang dilakukan menjadikan sebuah pengalaman bagi pemerintah itu sendiri ataupun bagi para pedagang (Wijayanti, 2012).

Keunikan dengan pendekatan kebudayaan yang dilakukan oleh pemerintah kota Surakarta dalam merelokasi pasar patut diacungi jempol. Dilihat dari pendekatan yang dilakukan pada saat pak Jokowi masih menjadi walikota, berbeda dengan tempat-tempat lainnya yang biasanya dilakukan dengan cara kekerasan, Jokowi pada saat itu justru melakukan relokasi pasar dilakukan dengan prinsip *nguwongke uwong* atau bisa diartikan sebagai menghargai harga dan martabat manusia. Salah satu contohnya yaitu pada saat kegiatan “lobi meja makan”, hal tersebut dilakukannya pada tahap penjajakan atau mediasi untuk mendapatkan hati pasar pedagang, dan itu dilakukan hingga 53 kali pertemuan. Dengan komunikasi intensif tersebut kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sangat meningkat. Pada akhirnya masyarakatpun setuju untuk direlokasi. Prinsip tersebutlah yang menjadikan PKL yang ada di monumen Banjarsari setuju untuk di pindahkan di Notoharjo. Selain itu, proses pemindahan yang dilakukan dengan kirab budaya atau kirab boyongan juga menjadi daya tarik dan semangat para pedagang untuk pindah, disatu sisi kegiatan kebudayaan tersebut juga telah meningkatkan citra wisata dari kota Solo yang memiliki julukan “*spirit of java*” (Akhmad, 2017).

Pemberian nama pasar Klithikan Notoharjo itu sendiri merupakan hasil produk dari usulan para pedagang yang tidak ingin meninggalkan identitas aslinya sebagai pedagang kaki lima yang melekat dalam kehidupan sehari-hari yang mereka jalani. Pasar Klithikan Notoharjo oleh pemerintah kota Surakarta diklasifikasi sebagai pasar kelas IB, hal tersebut berdasarkan luas pasar, besarnya retribusi, dan spesialisasi produk yang jual. Dalam hal tersebut pasar Klithikan Notoharjo menempati lahan yang cukup memadai dan luas, serta juga memiliki spesifikasi produk yang di jual di dalam pasarnya.

## 2. Visi dan Misi

Sebagai pasar tradisional pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki visi dan misi sebagai berikut :

### **VISI :**

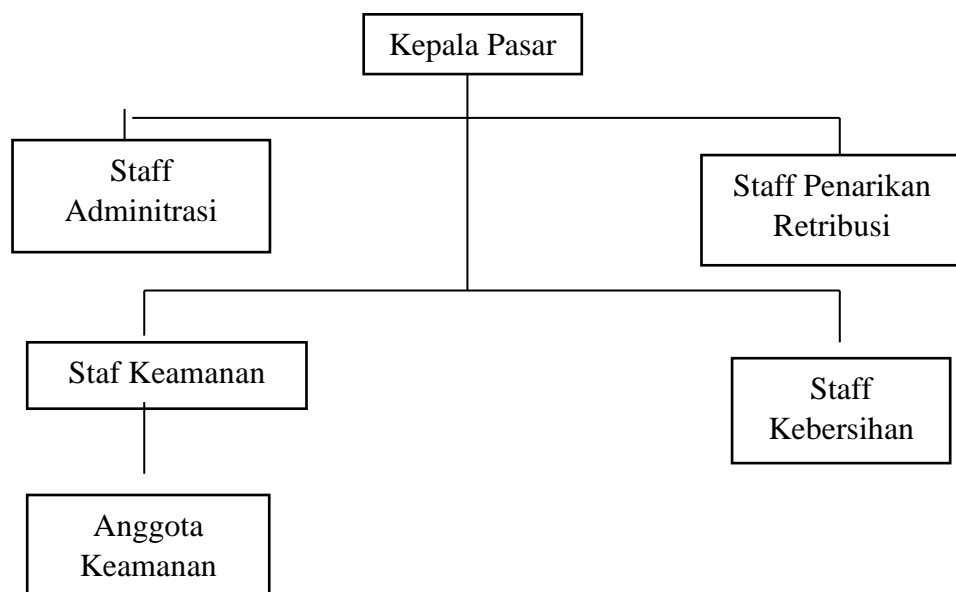
Terwujudnya citra pasar yang bersih, tertib dan aman bertumpu pada perekonomian kota.

### **MISI :**

1. Meningkatkan kesempatan bekerja dan berusaha
2. Meningkatkan ketertiban dan keamanan pasar
3. Meningkatkan pelayanan kepada pedagang
4. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia

Selain itu pasar Klithikan Notoharjo juga memiliki Struktur yang ditetapkan dalam pengelolaan pasar dari inovasi lurah pasar. Dalam aturan resminya sendiri lurah pasar biasa dikenal dengan istilah kepala pasar. Sedangkan dalam landasan hukumnya secara yuridis terkait dengan penyusunan struktur organisasi pengelola pasar tidak ada. Struktur organisasi pengelolaan pasar Klithikan Notoharjo yang ditetapkan kepala pasar sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Struktur Organisasi Pengelolaan Pasar Klithikan Notoharjo**



Penyusunan struktur organisasi tersebut bertujuan untuk mewujudkan visi misi dari Dinas Pengelola Pasar Kota Surakarta. Dalam struktur organisasi tersebut staff yang bekerja akan disibukkan dengan pungutan serta pencatatan retribusi pasar. Berdasarkan informasi yang diterima dari kepala staff untuk saat ini jumlah pengelola yang mengisi struktur organisasi tersebut kurang lebih berjumlah 22 anggota, yang terbagi dalam 1 kepala pasar, 3 staff administrasi yang bertugas dalam hal kesekretariatan dan bendahara, 11 orang penarik retribusi, dan 7 keamanan.

### **3. Deskripsi Pasar Klithikan Notoharjo Solo**

Pasar Klithikan Notoharjo yang ada di kota Solo merupakan pasar yang terbentuk karena adanya sebuah relokasi yang dilakukan pemerintah Solo yang awalnya berada di sekitar Monumen Banjarsari (Solopos, 2021). Hingga saat ini pasar Klithikan Notoharjo dikenal oleh masyarakat luas sebagai pasar yang mempunyai produk barang-barang bekas meskipun ada beberapa penjual ada yang menjual barang baru. Produk barang bekas biasanya akan di jual dari pukul 04.00-09.00 pagi hari mulai dari pakaian bekas, onderdil motor bekas, peralatan dapur bekas, hingga barang-barang lainnya (Solopos, 2021). Selain itu, masyarakat luas biasanya juga mengenal pasar Klithikan dengan sebutan pasar barang setengah pakaian karena banyaknya pedagang yang menjual barang-barang bekas, serta banyaknya pedagang bronjong pada pagi hari yang menawarkan barang bekas mereka.

Pasar Klithikan Notoharjo yang sampai saat ini menjual belikan barang bekas sebagai sebagian besar produknya, pada umumnya para pedagang akan mengeluarkan barang mereka ke depan kiosnya agar para pembeli mengetahui barang apa yang dijual dalam kios tersebut, akan tetapi kegiatan tersebut menjadikan jalan menjadi sempit. Namun para pedagang salah satunya bapak Samino menegaskan jika hal tersebutlah ciri khas dari pasar Klithikan. Para pedagang berusaha agar ciri khas dari pasar tersebut tidak hilang meskipun telah direlokasi ke tempat baru.

Sedangkan untuk pembagian kiosnya sendiri seperti dengan apa yang dijelaskan oleh bapak Samino. Bahwasanya untuk penempatan kios dilakukan pada awal masuk dimana itu dilakukan dengan sistem undian. Dalam hal tersebut pasar Klithikan menggunakan sistem blok dalam membagi lokasi kios. Pada blok depan sebelah utara dihuni oleh pedagang yang menjual barang elektronik dan rumah tangga, pada blok depan tengah dihuni pedagang yang menjual sepatu dan alat olahraga, pada blok depan selatan dihuni oleh para pedagang elektronik dan makanan, pada blok tengah dihuni oleh pedagang yang menjual onderdil motor dan mobil, pada blok belakang dihuni oleh pedagang yang menjual onderdil motor, pada blok utara dihuni oleh para pedagang pakaian dan makanan, sedangkan untuk lantai dua dihuni oleh pedagang handphone.

Pasar Klithikan yang dikenal sebagai pasar yang menjual barang bekas kepada para pembeli, pasti banyak sekali problem yang dihadapi. Hal tersebut terkait dengan barang bekas yang dijual memiliki konotasi barang yang tidak layak pakai, namun masih diperjual belikan. Berdasarkan jawaban Agus salah satu pedagang memberi penjelasan jika tudingan masyarakat luar beranggapan jika barang yang dijual merupakan hasil dari maling, yang dari kejadian tersebut jelas merugikan para pedagang. Akan tetapi dengan berjalannya waktu problem-problem tersebut dapat diatasi hingga saat ini dengan bukti para pedagang masih mempertahankan produk bekas sebagai barang yang diperjual belikan.

Pasar Klithikan Notoharjo Solo yang sekarang berdiri dibangun oleh pemerintah daerah Surakarta untuk menampung pedagang kaki lima yang sebelumnya berjualan disekitaran area Taman Monumen 45 Banjarsari yang berjumlah 909 pedagang. Pasar Notoharjo sendiri oleh masyarakat umum biasa dikenal dengan sebutan pasar Klithikan, alasan penggunaan istilah nama tersebut karena pedagang yang berjualan mayoritas menjual barang-barang bekas seperti elektronik tv, pakaian bekas, ponsel bekas, spertpart kendaran baik motor dan mobil bekas, serta barang-barang jenis lainnya. Pasar tradisional Notoharjo dikenal masyarakat luas dengan karakteristik yang cukup unik karena para pengunjung akan dengan mudah menemukan barang-





## 5. Pelaku Pasar Klithikan Notoharjo Solo

Pelaku pasar yang ada di pasar Klithikan Notoharjo yang turut menghidupkan aktivitas ekonomi yang terdalem di dalamnya ada tiga kategori meliputi pedagang kios, pedagang bronjong, dan pedagang shelter.

### a. Pedagang kios

Pedagang kios merupakan pedagang yang menempati kios-kios yang telah disediakan di area pasar Klithikan Notoharjo Solo. Pedagang kios yang ada di pasar Klithikan merupakan para pedagang yang pada awalnya berjualan di monumen Banjarsari yang kemudian dinormalisasi oleh pemerintah kota Surakarta pada masa pemerintahan Jokowi sebagai walikota Solo. Untuk saat ini pasar Klithikan terbagi ke dalam empat Gedung dan dua di antaranya memiliki 2 lantai yang dipergunakan untuk barang elektronik. Dalam hal ini legitimasi kepemilikan kios oleh pedagang ditandai dengan pemberian Surat Izin Usaha Pedagang (SIUP), Surat Hak Penempatan (SHP), Surat Izin Usaha (SIP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Berikut table total kios pasar Klithikan Notoharjo berdasarkan Blok :

**Tabel 4**  
**Jumlah Blok Kios Pasar Klitikan Notoharjo**

| No | Blok         | Jumlah Kios |
|----|--------------|-------------|
| 1  | Blok I       | 369         |
| 2  | Blok II      | 278         |
| 3  | Blok III     | 344         |
|    | Jumlah Total | 1.018       |

Sumber : Data kelurahan pasar Notoharjo Jumlah Kios Pasar Klithikan Notoharjo Solo

### Gambar 6. Pedagang Kios



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor kelurahan Pasar Klithikan Notoharjo Solo Blok I (satu) berada di bagian depan pasar yang merupakan bangunannya terdiri dari bangunan berlantai 2 (dua), sehingga jumlah kiosnya paling banyak diantara blok lainnya. Pada blok I bagian lantai dasar merupakan bagian paling ramai yang berada di pasar Klithikan Notoharjo Solo karena diisi oleh beberapa pedagang seperti peralatan mobil bekas, elektronik bekas, sandal dan sepatu. Sedangkan untuk bagian lantai dua blok I berisi pedagang yang memperjual belikan Hp dan televisi.

Blok II (dua) berdasarkan hasil observasi berada dibagian tengah dan bagian tersebut terlihat ramai karena diisi oleh berbagai jenis pedagang seperti barang antik, peralatan rumah tangga, alat-alat bengkel. Sedangkan Blok III (tiga) berada di bagian belakang pasar, Adapun pedagang yang berjualan di blok III diantara pedagang bekas onderdil motor, dan pedagang bekas alat sepeda.

Persebaran pedagang yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo berdasarkan dengan blok dan jenis merupakan hasil desain dan tata letak yang diatur oleh pemerintah kota Surakarta. Bagusnya penataan yang dilakukan oleh pemerintah kota Surakarta tetap memperhatikan karakteristik dari jenis usaha para pedagang, misalnya seperti penataan yang sekarang terlihat di pasar Klithikan Notoharjo Solo yaitu para pedagang alat sepeda motor dan mobil ditempatkan dipinggir akses jalan yang terletak di dalam pasar.

#### b. Pedagang Bronjong

Keberadaan pedagang bronjong di pasar Klithikan Notoharjo tidak dapat dilepaskan dari sejarah pedagang kaki lima yang dulu berjualan di Kawasan monumen 45 Banjarsari. Pedagang tersebut disebut dengan istilah pedagang bronjong karena dalam kegiatan usahanya mereka membawa bronjong dalam berjualan yang dipasang di bagian belakang kendaraan yang digunakan dalam mengangkut barang dagangan.

Pelaku pedagang bronjong yang berjualan di pasar Klithikan jenis barang yang di jual tidak spesifik, karena tergantung barang apa yang mereka dapatkan di penampungan atau gresek (pedagang gresek biasa juga disebut sebagai orang yang mencari barang bekas). Pedagang bronjong akan datang ke pasar Klithikan pada pukul 04.00-09.00 pagi yang berlokasi di pelataran pasar Klithikan Notoharjo, untuk saat ini pedagang bronjong yang berjualan mencapai lebih dari 120 pedagang. Keberadaan pedagang bronjong di pelataran pasar Klithikan tidak luput dari relokasi yang terjadi di Kawasan monumen banjarsari yang sebelumnya menjadi lokasi mereka berjualan, karena berdasarkan Dwi hanya pedagang yang memiliki kios di wilayah banjarsari yang akan mendapatkan kios di pasar Klithikan setelah di relokasi.

“untuk yang mendapatkan kios di pasar Klithikan Notoharjo ini ya hanya mereka yang sebelumnya memiliki kios di banjarsari, tetapi missal ada yang kosong dan belum terisi mereka yang tidak dapat bisa membeli atau menyewanya.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

#### **Gambar 7. Pedagang Bronjong**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

c. Pedagang Shelter

Pedagang shelter merupakan pedagang yang menempati tempat-tempat yang menempel pada tembok pasar Klithikan Notoharjo Solo. Sejauh ini berdasarkan informasi yang di dapat jumlah pedagang shelter kurang lebih ada 130 jumlahnya. Pedagang shelter ini merupakan pedagang kaki lima yang awalnya tersebar di seluruh kota Solo yang berhasil ditertibkan oleh pemerintah kota. Akan tetapi keberadaan para pedagang shelter yang berada di sekitar pasar Klithikan Notoharjo Solo belum ditandai dengan tanda pengenal.

**Gambar 8. Pedagang Shelter Pasar Klithikan Notoharjo Solo**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Keberadaan pedagang shelter di pasar Klithikan Notoharjo Solo berdasarkan penelitian yang dilakukan telah diakui oleh pengelola pasar, tidak serta merta menghapuskan kemunculan pedagang shelter secara illegal diluar ataupun di dalam pasar, bahkan dua hari semenjak beroperasinya pasar lahan-lahan kosong di pasar sudah habis di kavling. Pedagang-pedagang illegal, kebanyakan merupakan warga sekitar pasar Klithikan yang ingin ikut serta menjadi bagian dari keberadaan pasar.

Kebanyakan pedagang-pedagang ilegal ini akan muncul dan menyebar dengan mengkapling tempat-tempat yang masih kosong. Menandai keberadaan pedagang illegal sangatlah mudah yaitu dengan cara melihat apabila terdapat pedagang yang membangun kios di luar tembok pagar pasar dan tidak menempati kios sudah dapat dipastikan

itu adalah pedagang illegal. Padahal pemkot sudah menegaskan bahwasannya Kawasan pasar Klithikan Notoharjo harus menjadi Kawasan bebas PKL, tetapi semakin berjalannya waktu pengelola pasar menarik retribusi dari mereka. Penarikan retribusi tersebut oleh pedagang-pedagang illegal dianggap sebagai legitimasi keberadaan pedagang illegal.

## 6. Retribusi Pasar

Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Solo dalam melakukan aktivitas ekonomi setiap bulannya telah dikenai retribusi dari pengelola pasar (DPP) dan PAM Swakarsa. Dasar hukum penarikan retribusi pengelola pasar adalah: (1) Perda Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 1983 Tentang Pasar; (2) Perda Kota Surakarta Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Retribusi Pasar; (3) Perda Kota Surakarta Nomor 11 Tahun 2003 tentang perubahan atas Perda Kota Surakarta Nomor 4 tahun 2001 tentang retribusi pelayanan Persampahan/Kebersihan; (4) Keputusan Walikota Surakarta Nomor 12 Tahun 2002 tentang Penetapan Tarif Pengganti Biaya Pembayaran Listrik Dalam Kompleks Pasar di Kota Surakarta.

Pemberlakuan pemungutan retribusi pasar yaitu retribusi pelayanan persampahan dan listrik dimulai tanggal 1 Januari 2007, sesuai janji Pemkot Surakarta yang akan menarik retribusi 3 (tiga) bulan setelah relokasi (peresmian pada tanggal 23 Juli 2006). Pemberitahuan pungutan retribusi oleh pengelola pasar sesuai dengan surat edaran yang ditujukan kepada pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Nomor: 974/1.319 tertanggal 27 Desember 2006 yang ditanda tangani Plt. Kepala Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta Drs. Satriya Teguh Subroto. Besarnya tarif retribusi rutin pasar oleh pengelola pasar terinci sebagai berikut:

| Retribusi Pasar                   | Rp.                             |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| 187,5,- per m <sup>2</sup> / hari | Retribusi Listrik :             |
| a. 1 AV                           | Rp. 38.500,- / perbulan         |
| b. ½ AV                           | Rp. 20.000,- / bulan            |
| c. Listrik Lingkungan             | Rp. 100,- m <sup>2</sup> / hari |

|  |                                    |
|--|------------------------------------|
| RPP  | Rp. 30,- per m <sup>2</sup> / hari |
| Tarif Kelebihan daya sesuai dengan pemakaian |                                    |
| 450 Watt / 2 A                               | Rp. 660,-/ Kwh                     |
| 900 Watt / 4A                                | Rp. 678,- / Kwh                    |
| 1.300 Watt / 6 A                             | Rp. 725,- / Kwh                    |
| 2.200 Watt / 10 A                            | Rp. 764,- / Kwh                    |

Berdasarkan tarif tersebut pedagang dengan pemakaian listrik 1 A setiap harinya harus mengeluarkan uang sebesar Rp. 3.200,- pedagang dengan pemakaian listrik ½ A mengeluarkan uang sebesar Rp. 2.600,-, sedangkan pedagang yang dicabut penggunaan listriknya tetap dikenai retribusi sebesar Rp. 2.000,-. Pedagang yang dicabut penggunaan listriknya dikarenakan dalam aktivitas berdagangnya memang tidak menggunakan listrik, seperti pedagang barang antik, barang bekas, dll.

Besarnya retribusi pedagang dari PAM Swakarsa sebesar : (1) Retribusi Keamanan Rp. 10.000,- / bulan / kios; (2) Retribusi Parkir Rp. 10.000,- / bulan / kios, untuk parkir pengunjung, PAM Swakarsa sebagai petugas penarik retribusi. Bagi pengunjung pasar juga dikenakan retribusi parkir, besarnya retribusi adalah Rp 2.000.

Berdasarkan aturan-aturan yang berlaku maka jumlah total pengeluaran retribusi pedagang tiap bulannya yang harus dibayarkan mencapai Rp. 52.000,- / kios untuk pedagang yang menggunakan listrik 1 A, dan Rp 46.000,- / kios untuk pedagang yang menggunakan listrik ½ A, dan Rp. 40.000,- / kios untuk pedagang yang listriknya dicabut (Karena ketidaktahuan rincian perhitungan penarikan biaya retribusi, pedagang pada awalnya merasa keberatan, tetapi dengan adanya penjelasan dari pengelola pasar masalah kesimpangsiuran informasi tersebut dapat diluruskan. Sedangkan besaran biaya retribusi yang dibayarkan oleh pedagang bervariasi tergantung dengan pemakaian listrik yang digunakan. Jumlah beban retribusi ada yang mencapai Rp. 85.000, - tiap bulan, misalnya pedagang elektronik lebih banyak menggunakan listrik untuk menghidupkan perangkat elektronik yang diperjual-belikan.

## **BAB IV**

### **DAYA TARIK PASAR, DAYA TARIK PAKAIN BEKAS YANG DI JUAL-BELIKAN**

#### **A. Daya Tarik Pasar Klithikan Notoharjo Solo**

##### **1. Cara Penyajian Barang**

Pedagang kaki lima yang sekarang berjualan di pasar Klithikan Notoharjo yang sebelumnya berjualan di monumen banjarsari, menjadikan pedagang harus beradaptasi dari awal terhadap lingkungan baru yang ditempati sebagai tempat berjualan. Dalam hal tersebut pedagang harus mampu menciptakan kondisi yang bagus untuk diri pedagang sendiri dan juga untuk pembeli karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup pasar Klithikan Notoharjo. Ibu Dwi memberikan pendapat.

“kami pindah kesini waktu pertama kali saya sendiri merasa beda, mas. Karena tempat yang diberikan jelas berbeda dengan yang ada di banjarsari. Disini pastinya kami para pedagang harus memikirkan bagaimana caranya para pembeli yang dulunya membeli barang di Banjarsari Kembali membeli barang kami di pasar Klithikan Notoharjo.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Pasar Klithikan Notoharjo jelas berbeda dengan yang sebelumnya berada di monumen Banjarsari. Pasar Klithikan yang sekarang memiliki banyak sekali jenis barang dagangan yang diperjual belikan. Pasar Klithikan yang dikenal sebagai pasar barang-barang bekas satu-satunya di Solo menjadikan pasar tersebut sebagai primadona bagi warga Solo dan sekitarnya (SilaNews.com, 2022). Selain itu, pasar Klithikan semakin terkenal ketika mendapatkan rekor Muri karena berhasil dipindahkan dari monumen Banjarsari ke Notoharjo tanpa adanya aksi kekerasan. Dalam hal ini penyajian barang dagangan yang menarik merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran suatu perusahaan. Penyajian yang menarik dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan minat untuk membeli, dan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Penataan barang-barang di pasar Klithikan Notoharjo bagi para konsumen atau pembeli hingga saat ini di anggap unik dan tertata dengan rapi. Karena setiap barang-barang bekas yang dijual di pasar Klithikan Notoharjio Solo mulai dari onderdil motor bekas, onderdil mobil bekas, peralatan rumah

tangga bekas, elektronik bekas, dan pakaian bekas memiliki lokasi-lokasi yang berbeda dan memang sudah di atur dengan demikian. Persebaran pedagang yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo berdasarkan dengan blok dan jenis tersebut merupakan hasil desain dan tata letak yang diatur oleh pemerintah kota Surakarta. Bagusnya penataan yang dilakukan oleh pemerintah kota Surakarta tetap memperhatikan karakteristik dari jenis usaha para pedagang (Solopos. 2019). Selain itu Gilang salah satu informan juga menegaskan.

“disini barannya banyak pilihan mas, nggak hanya pakaian bekas saja tetapi juga barang bekas yang lainnya. Disini juga barang ditata dengan rapi walaupun ada beberapa yang amburadul. Walaupun amburadul tetep saja bagus karena yae mang citra pasar barang bekas disini memang gitu.” (Wawancara Gilang. 2023).

Eksisnya pasar Klithikan hingga sekarang di mata para konsumen juga dikarenakan banyaknya berbagai jenis dagangan yang diajakan di pasar tersebut. Mulai dari kebutuhan rumah tangga seperti pakaian dan peralatan listrik, mainan, kendaraan bekas, onderdil kendaraan bekas, hingga berbagai hewan juga di perjual belikan di pasar Klithikan, dan untuk barang-barang yang diperjual belikan 90% adalah barang bekas (SilaNews.com, 2022). Murahanya barang-barang bekas yang dijual di pasar Klithikan juga menjadikan pasar tersebut selalu ramai pengunjung, selain itu para pedagang juga bisa memperbaiki barang-barang limbah menjadi barang yang bisa dipakai Kembali dan juga di pasar Klithikan pembeli dapat menjual barang-barang yang sudah tidak terpakai Kembali karena pada dasarnya barang apapun bisa di jual di pasar tersebut (Suci, 2014).

Eksistensi yang tersaji di pasar Klithikan Notoharjo selain penjelasan di atas yaitu disaat pagi pukul 04.00-09.00 banyak sekali pedagang bronjong, berjejalan dan saling tawar menawar. Barang yang dijual juga disajikan dengan unik karena barang diletakkan di luar kios dan sekitaran parkir. Para pedagang bronjong datang dengan menggunakan bronjong yang terbuat dari bambu yang digunakan untuk membawa barang-barang bekas mereka yang kemudian diletakkan di belakang jok motor. Para pedagang bronjong sendiri biasanya memasok barang dagangannya untuk pedagang kios. Pedagang



bronjong membeli dagangan bekas berupa besi, alat elektronik, sepatu, pompa air, pompa sepeda, dan segala macam barang bekas seperti perlengkapan rumah tangga. Meisa juga menjelaskan.

“pedagang disini sangatlah unik, pagi-pagi sangat ramai yang menggunakan bronjong, dan kegiatan seperti ini jarang sekali ada di Bekasi. Apalagi para pedagang itu datang pada pagi buta, selain itu pasar Klithikan ini juga sangat antik karena barang bekas yang dijual banyak sekali, bukan hanya pakaian bekas saja.” (Wawaancara Meisa, 2023).

### **Gambar 9. Penyajian Barang yang di jual di pasar Klithikan**



#### **Notoharjo Solo**

Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Waktu aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang sendiri di mulai dari pukul 04.00-09.00 pagi, meskipun ada beberapa pedagang kios yang berjualan hingga pukul 15.00. waktu berdagang dilakukan tersebut juga disesuaikan dengan izin usaha yang diberlakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Surakarta sebagai pihak yang berwenang menanganu pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo.

## **2. Ekspresi Penyajian Barang**

Bentuk ekspresi dalam melakukan penyajian barang merupakan sebuah ciri khas yang dimiliki suatu tempat atau produk yang di dalamnya memiliki sebuah ciri khas tersendiri, dengan cara penyajian yang unik tempat atau produk tersebut dapat mudah dikenal lebih mudah oleh seseorang (Reviana, 2022). Penyajian barang yang dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo merupakan salah satu unsur yang penting untuk sebuah tempat atau produk karena dapat menjadikan peserta atau konsumen tidak merasa bosan untuk datang ke tempat tersebut. Pasar Klithikan Notoharjo Solo yang merupakan tempat jual beli barang bekas terbesar di kota Solo telah memiliki keunikan tersendiri yang dalam hal penyajian barang dan hal tersebut telah menjadikan

daya tarik bagi para pembeli. Pasar yang dikenal oleh masyarakat luas sebagai pasar barang setengah pakai, yang Ketika kita datang pada pagi hari maka akan mendapati banyak sekali pedagang bronjong yang berjualan barang-barang bekas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat tiga bentuk ekspresi penyajian barang yang terdapat di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Berikut penjelasannya :

a. Budaya dan Tradisi Lokal

Budaya dalam pemikiran Stuart Hall diartikan sebagai sebuah praktek atau perbuatan dalam keseluruhan hidup suatu masyarakat atau kelompok yang dilakukan oleh setiap individu secara nyata dalam kehidupan sehari-hari (Hall, 1997). Budaya yang dilakukan setiap individu dapat berupa sebuah tindakan yang beragam, seperti tindakan dalam kegiatan sehari-hari yang meliputi bekerja, belajar atau bergaul. Ada pula tindakan yang dilakukan dalam waktu tertentu saja misalnya seperti berlibur, ziarah, mudik lebaran. Selain itu tindakan yang dilakukan seseorang adakalanya juga bersifat duniawi seperti mengurus KTP, mengurus penampilan diri, berolahraga. Selain itu budaya juga sangat menentukan bagaimana setiap masyarakat akan melakukan tindakan konsumsi barang dan jasa (Pujo, 2014).

Melihat dengan adanya pengertian budaya dalam pemikiran di atas, dalam hal ini pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki sebuah keunikan yang terbentuk dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat yang sudah ada sebelumnya yaitu budaya menjual pakaian bekas di monumen Banjarsari dengan cara yang unik dengan menjadikan budaya jual-beli pakaian bekas di pasar Klithikan tidak berubah dan tetap mempertahankannya. Sehingga menjadikan pembeli atau konsumen yang sebelumnya membeli barang di monumen Banjarsari tetap setia untuk membeli barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo pasca relokasi. Selain itu kegiatan yang berbeda dengan pasar lainnya juga menjadikan daya tarik tersendiri bagi para pembeli yang datang untuk membeli barang bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Meisa salah satu informan menegaskan.

“pasar Klithikan ini sangat unik sekali, kalau pagi ada banyak pedagang bronjong yang menjual banyak barang bekas, bahkan kegiatan-kegiatan jual-

beli disini tetap sama dengan yang ada di banjarsari dulu, seperti penggunaan istilah pakaian bekas yang tetap kental dengan bahasa yang digunakan dulu, dan itu masih menjadi bahasa kepercayaan pengunjung dan pembeli.” (Wawancara Meisa, 2023).

Penjelasan di atas selain berkaitan dengan budaya yang terbentuk atas dasar tindakan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat juga dapat dikaitkan dengan pandangan Stuart Hall terkait budaya yang berarti sebagai sebuah konsep. Dimana berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh Meisa di dalamnya terdapat sebuah kategorisasi bahasa yang berasal dari sebuah kelompok masyarakat untuk bisa memahami situasi lingkungan, proses merasakan realitas yang dirasakan penjual dan pembeli dengan jawaban “kepercayaan” menjadikan sebuah verifikasi, dan menjadi sebuah hubungan bersama dalam proses berkehidupan yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo (Hall, 1997). Selain itu, keunikan budaya yang terdapat di pasar Klithikan Notoharjo Solo berdasarkan pengakuan informan juga berpengaruh terhadap daya tarik wisata. Ibu Dwi menjelaskan.

“pasar Klithikan Notoharjo selain berpotensi sebagai tempat bertumbuhnya ekonomi juga memiliki pengaruh dalam sektor wisata. Karena banyak sekali masyarakat dari luar kota Solo seperti Kulonprogo, Ngawi, Purwodadi, Sragen dan kota lainnya yang berdatangan hanya ingin membeli pakaian bekas atau barang-barang bekas.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas menjelaskan bahwasannya kebutuhan berpakaian yang dilakukan anak muda semakin banyak. Adanya kebudayaan menggunakan pakaian bekas atas ekspresi diri dalam diri anak muda, serta perubahan zaman telah memberikan pengaruh kepada anak muda dalam memberika penampilan dalam diri mereka. Kini penggunaan pakaian bekas mulai menjadi sebuah industri, dimana penggunaan pakaian bekas pada zaman sekarang ini telah meningkatkan keragaman dalam bermasyarakat (Ghilmansyah, 2021).

Penjelasan di atas juga menjelaskan bahwasannya ada opsi lain bagi masyarakat Solo atau luar Solo untuk berwisata. Solo yang memang sudah terkenal dengan daya tarik wisatanya ternyata bukan hanya sebatas sebagai *heritage tourism* yaitu sebagai kota dengan deklarator dan anggota jaringan Kota Pusaka Indonesia (KJPI) sejak tahun 2008 dan anggota *Organization of*

*World Heritage Cities*, dan kota yang memiliki 2 keraton, yaitu Keraton Kasunanan (1745) dan Pura Mangkunegaran (1757). Juga ada benteng Belanda yaitu *Vastenburg* sejak 1745 (Agung, 2020). Faktanya yang terjadi saat ini juga banyak sekali masyarakat baik lokal Solo itu sendiri atau luar Solo datang bukan hanya sebatas melihat kebudayaan Solo, tetapi juga mencari kebutuhan penampilan sesuai zaman sekarang di kota Solo, hal tersebut dikarenakan kota Solo mampu memberikan kebutuhan tersebut melalui pasar Klithikan Notoharjo yang menjual-belikan pakaian bekas, dimana budaya tersebut sedang digandrungi oleh anak muda pada zaman sekarang. Selain itu pasar Klithikan Notoharjo Solo bagi anak muda juga memberikan opsi dalam memilih tempat untuk memberikan gaya dalam diri mereka.

Kota Solo yang sebelumnya sudah terkenal dengan busana batik dengan adanya dua wilayah sebagai sentra batik yaitu Kawasan Laweyan dan juga Kawasan Kauman. Kebanyakan orang mengenal dengan istilah *kampung batik Kauman* dan *kampung batik Laweyan* (Fauzi, 2022). Pada saat ini kota Solo menambah kembali eksistensinya dengan terkenalnya pasar Klithikan Notoharjo Solo di mata masyarakat lokal dan luar Solo sebagai tempat untuk memenuhi citra hidup dalam diri mereka. Hal tersebut dikarenakan perkembangan zaman yang terus berjalan menjadikan industri pakaian terus mengalami perubahan, sehingga akan ada indikasi jika seseorang tidak menggunakan pakaian yang tidak sesuai akan dianggap sebagai seseorang yang ketinggalan zaman (Rifky, 2021). Pada zaman modern berdasarkan apa yang dikatakan oleh Nordholt dalam (Pujo, 2014) pakaian dimetaforakan sebagai “kulit sosial sekaligus budaya seseorang” yang dapat menunjukkan identitas sosial pemakainya. Dengan demikian dalam hal ini budaya dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Dalam hal tersebut pasar Klithikan berusaha memberikan apa yang dibuthkan oleh anak muda, seperti denga napa yang dikatakan oleh bapak Parjo :

“...oh, untuk perkembangan zaman kami insyaallah selalu mengikutinya mas, meskipun bisa dibilang saya sudah cukup tua ya. Karena kalau nggak ngikuti perkembangan zaman kami yang ada disini bisa kalah dengan event-event di luar sana mas.” (Wawancara Bapak Parjo, 2023).

## b. Lingkungan

Lingkungan dalam hal ini merupakan sebuah pasar yaitu tempat sebagai suatu pranata dalam kegiatan ekonomi dan sekaligus cara hidup para pedagang (Nevi, 2022). Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa lingkungan pasar merupakan sebuah kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinteraksi, serta saling tarik-menarik dalam hal harga pasar. Lingkungan pasar Klithikan Notoharjo Solo yang di dalamnya kaya akan berbagai jenis pedagang dari berbagai sektor yang berjualan sesuai dengan perannya masing-masing menjadikan sebuah daya tarik tersendiri bagi para pembeli. Banyaknya jenis barang bekas yang dijual selain pakaian bekas seperti onderdil motor, onderdil mobil, peralatan rumah tangga, buku, peralatan olahraga, dan barang bekas lainnya.

Pasar Klithikan Notoharjo Solo menjadi sangat menarik dimata masyarakat baik sekitaran Solo dan sekitarnya seperti Klaten, Yogyakarta, Sragen, Ponorogo dan yang lainnya karena barang bekas dan barang baru semua tersedia disini. Selain itu, dengan banyaknya pilihan menjadikan pembeli harus pintar dan teliti sebelum menawar barang-barang yang akan mereka beli. Bisa jadi barang yang dijual oleh pedagang terlihat baru, tetapi sebenarnya barang tersebut bisa jadi merupakan bekas yang diperbaiki dan dicat ulang oleh pedagang. Ketelitian menjadi hal penting setiap melakukan pembelian di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Jangan tertipu dengan tampilan barang bekas atau baru yang ditawarkan oleh penjual. Diharapkan pembeli dapat melakukan pengecekan barang terlebih dahulu sebelum dibeli. Selain itu ada yang unik lainnya di pasar Klithikan Notoharjo Solo, yaitu pembeli yang dapat selain dapat membeli barang, mereka juga bisa menjual barang-barang bekas pribadi yang sudah tidak terpakai.

Pada dasarnya di pasar Klithikan Notoharjo Solo barang apapun bisa dijual, akan tetapi kita sebagai pembeli harus pandai untuk melakukan tawar menawar karena para pedagang lihai dalam membeli barang yang akan kita

jual. Prinsip membeli dengan harga semurah-murahnya dan menjual dengan harga setinggi-tingginya juga terjadi disini dan itu merupakan salah satu hal menjadi daya tarik tersendiri dari pasar Klithikan Notoharjo Solo. Selain itu tata lokasi yang sangat bagus ketimbang sebelumnya yaitu di monumen Banjarsari menjadikan pasar Klithikan Notoharjo Solo menjadi lebih nyaman dan aman bagi pengunjung yang akan membeli barang. Pada saat masih berjualan di sekitar monumen Banjarsari tata lokasi dan letak dari pedagang begitu tidak beraturan akan tetapi begitu pindah ke Notoharjo semua berubah lebih rapi dan nyaman untuk digunakan sebagai tempat jual-beli (Solopos, 2021). Relokasi pasar tergolong dilakukan dengan sukses dan mendapatkan rekor Muri (Museum Rekor Indonesia) dengan kategori sebagai pemindahan pasar tanpa adanya konflik. Proses pemindahan yang dilakukan dengan tradisi “boyongan” dengan prosesi kirab budaya pada 1 November 2006, kirab budaya berjalan dengan suka cita dan penuh kebahagiaan karena tidak terjadi konflik. Kegiatan tersebut pada awal pemindahan juga menjadi sebuah daya tarik dan antusias bagi masyarakat Solo dan sekitarnya untuk meriahkan pasar Klithikan Notoharjo (Nanik, 2019).

Bapak Samino selaku informan juga memberikan jawaban bahwasannya dibalik relokasi yang dilakukan oleh Pemkot terhadap para pedagang yang sebelumnya berada di sekitar monumen Banjarsari kemudian dipindahkan ke pasar Klithikan Notoharjo terkandung banyak sekali hikmah yang mereka dapatkan termasuk membentuk sifat sabar dalam diri para pedagang. Selain itu rasa solidaritas dalam diri pedagang juga meningkat tanpa memandang dari mana asal mereka. Semua pedagang Kembali pada rasa senasib dan sepenanggungan sebagai seorang pedagang yang baru saja pindah dilingkungan yang baru dimana mereka memiliki tujuan yang sama yaitu menjaga keutuhan pasar.

Pasar yang merupakan pusat ekonomi tentu harus memberikan dampak yang baik terhadap kehidupan masyarakat karena hal tersebut relokasi dilakukan oleh pemerintah Solo sebagai upaya untuk memberikan tempat yang baik. Relokasi yang dilakukan oleh setiap pemerintah untuk kemajuan pasar dengan melakukan pembenahan secara menyeluruh dilakukan dengan

tujuan untuk memberikan citra yang baik terhadap pedagang, dimana kunci tersebut terletak pada tata kelola pasar yang baik, rapi, bersih, dan nyaman bagi semua pengunjung (Eka, 2019).

Aktivitas di pasar Klithikan Notoharjo Solo pada saat ini keberadaannya sebagai pasar sangat berkaitan sekali dengan karakter masyarakat yang beraktivitas di dalamnya. Beberapa orang yang datang langsung ke pasar kebanyakan untuk melakukan aktivitas jual-beli terjadi karena kebiasaan proses interaksi yang sebelumnya sudah terjadi di monumen Banjarsari. Tempat nyaman yang diberikan oleh pemerintah Solo juga berdampak pada kenyamanan pembeli dan pedagang, jelas hal tersebut menunjukkan sebuah kemajuan bagi kota dengan dibangunnya sarana dan prasarana (Putri, 2022).

Meskipun barang yang dijual di pasar Klithikan bisa dibilang masih sama ketika berada di sekitaran Banjarsari, yaitu mayoritas merupakan barang bekas. Di lokasi baru yaitu pasar Klithikan Notoharjo para pedagang kaki lima telah melakukan perubahan yang besar-besaran, dimulai dari cara mereka menata barang dagangan dengan lebih rapi dan teratur, komunikasi dengan pengunjung jauh lebih baik karena lokasi yang bagus, hingga ketaatan para pedagang terhadap peraturan daerah yang mengatur tentang pasar tradisional. Berbagai perubahan yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo hingga saat ini patut diacungi jempol karena tidak butuh waktu yang cukup lama pula terhitung sejak hijriyah mereka pindah pada tahun 2006, para pedagang yang sebelumnya berjualan di monumen Banjarsari relative berhasil melakukan proses adaptasi. Baik dalam adaptasi tingkah laku, maupaun adaptasi lingkungan, dan sosial. Keadaan ini dapat dibenarkan dengan ssemakin banyaknya pengunjung yang datang dengan tujuan berburu barang-barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo Solo (Andini, 2021).

#### c. Sosial

Aspek sosial yang terdapat dalam pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri dalam hal ekspresi penyajian baran jualannya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan interaksi sosial

yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo sangatlah bagus dan membuat nyaman para pembeli, sehingga hal tersebut dapat memberikan ekspresi yang baik antara penjual dengan pembeli. Apabila ada dua orang atau lebih bertemu baik itu pedagang dengan pedagang, ataupun pedagang dengan pembeli mereka akan saling tegur, berjabat tangan, atau saling berbicara. Komunikasi yang dilakukan antara pedagang dengan pembeli Ketika mereka bertemu akan saling bertegur sapa dan mengobrol terlebih dahulu sebelum membeli barang, sehingga akan mendapatkan kesepakatan yang diinginkan. Budaya sosial seperti itulah yang menjadikan banyak sekali para pembeli datang dari luar kota. Yoga salah satu informan menjelaskan.

“...di pasar Klithikan Notoharjo ini para penjual sangat ramah, dan sangat bersahabat dengan anak muda, selain itu masyarakat sini tidak pernah memberikan respon negatif Ketika anak muda membeli pakaian bekas atau barang bekas di pasar Klithikan Notoharjo.” (Wawancara Yoga, 2023).

Penjelasan di atas menegaskan bahwasannya pasar yang merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli bukan hanya sebagai kebutuhan dalam hal ekonomi saja, tetapi juga sebagai tempat untuk menjalin interaksi antara keduanya. Selain itu, interaksi yang terjalin antara pedagang yang berjualan di pasar Klithikan Notoharjo Solo juga terjadi atas dasar sebuah kerjasama dalam menjual barang dagangannya, tujuan dilakukannya kegiatan tersebut yaitu untuk menjaga eksistensi seluruh pedagang pasar. Dari sikap yang telah diberikan oleh pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo telah mencerminkan sebuah nilai sosial unggul dalam bersikap dan perilaku yang unggul, pantas saja jika pasar tersebut dapat dijadikan sebagai pasar yang memiliki daya tarik yang tinggi sehingga memberikan aspek kepuasan terhadap pembeli atau konsumen dan dampaknya sendiri akan kembali kepada masyarakat umum (Syafuruddin, 2018). Tumbunya rasa cinta kebersamaan, serta hubungan sosial yang terhubung dengan baik di pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan salah satu modal yang dapat dimanfaatkan oleh para pedagang untuk menumbuhkan kelompok sosial yang memiliki rasa saling memahami, saling menghargai sesama, saling percaya, saling membantu, bekerjasama, serta untuk menumbuhkan rasa gotong-



royong antar sesame. Itulah wujud dari tumbuhnya rasa cinta kebersamaan terhadap aktivitas di pasar Klithikan Notoharjo Solo.

Ekspresi bentuk penyajian dalam bentuk sosial lainnya yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo yaitu, setiap hari selepas subuh sampai jam 09.00 pagi ratusan pedagang bronjongan akan berjejalan dan mereka akan melakukan kegiatan saling tawar-menawar barang dengan pedagang lainnya di pasar Klitikan Notoharjo atau biasanya juga langsung dengan para pengunjung. Para pedagang bronjongan (membawa bronjong yang terbuat dari bambu, digunakan untuk membawa barang-barang bekas, dan diletakkan di jok motor belakang) selepas subuh biasanya mereka akan menggelar dagangan di halaman depan Pasar Klitikan, tepatnya di antara areal parkir. Pedagang bronjong biasa memasok barang dagangan yang mereka jual untuk pedagang kios. Berdasarkan pengakuan bapak Samino pedagang bronjongan membeli dagangan barang-barang bekas seperti besi, alat elektronik, sepatu, pompa air, pompa sepeda, dan segala macam barang bekas dari pemulung yang mereka temui atau bahkan pemulung yang memang sering melakukan kegiatan jual-beli (pemulung langganan), atau biasanya mereka juga melakukan kegiatan membeli langsung dari pengepul barang bekas atau dari rumah tangga.

Pedagang bronjong yang berjualan di pasar Klithikan Notoharjo Solo setiap paginya akan menggelar barang yang mereka jual di pasar. hal tersebut merupakan sebuah kegiatan yang biasa terjadi. Selain itu akan terjadi proses tawar menawar, sambal melihat-lihat barang, membolak-balik, serta menimang-nimang barang bekas yang akan dibeli. Para pedagang ini tidak hanya menjual barang saja, akan tetapi mereka juga melakukan perbaikan barang limbah yang awalnya sudah rusak agar barang tersebut dapat digunakan kembali, dan hampir semua pedagang dapat melakukan perbaikan barang bekas.

Banyaknya pedagang yang menjual barang dengan beragam variasi, dan menjual barang dengan harga yang relatif murah, serta hubungan sosial yang tumbuh dengan baik antara pedagang dan pembeli telah memberikan daya tarik tersendiri pasar Klithikan Notoharjo Solo. A. Yoeti (1985) dalam

(Syafuruddin, 2018) menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang di dalamnya memiliki daya tarik bagi orang lain untuk mengunjungi. Selanjutnya S. Pendit (1994) juga memberikan penguatan terhadap pernyataan sebelumnya yaitu dengan menambahkan aspek nilai sosial, nilai lingkungan harus ada dalam setiap daya tarik wisata karena sangat penting, kemudian dijelaskan lagi bahwa daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat karena daya tarik merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh suatu destinasi apabila ingin mendapatkan banyak pengunjung.

Kegiatan sosial yang terdapat dalam aktivitas para pedagang pasar Klithikan Notoharjo Solo telah memberikan aspek dan juga nilai tersendiri bagi para pembeli dan sekaligus menjadikannya sebagai daya tarik bagi para pengunjung. Para pedagang bronjong yang datang berbondong-bondong pada pagi hari hingga berjejalan, dan saling tawar menawar barang antara pedagang dan pembeli merupakan sebuah hubungan sosial yang unik karena tidak akan pernah terjadi di pasar modern. Sehingga kegiatan tersebut telah berdampak pada hubungan hubungan sosial yang lebih dekat khususnya antar pedagang dan pembeli, dan berdampak pada lahirnya hubungan persaudaraan, kekeluargaan, saling menghormati, perasaan empati, kerjasama, bahkan sampai tumbuhnya sikap dan perilaku gotong royong.

Hubungan sosial tersebut merupakan sebuah bentuk kemudahan dalam transaksi jual beli yang mereka lakukan, karena merupakan bentuk keanekaragaman kekayaan budaya masyarakatnya, dan telah menjadi nilai sosial masyarakat. Nilai tersebutlah yang tidak dimiliki oleh masyarakat lainnya dalam hubungan sosialnya di pasar modern. Dalam kehidupan sosial pun, mayoritas orang Solo memiliki sifat yang suka mengalah, hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menghindari permasalahan lebih Panjang dengan individu lain. Apabila orang Jawa dihadapkan konflik mereka akan cenderung diam dan memilih untuk tidak memberikan perlawanan. Bahkan mereka akan memilih untuk mengalah dalam artian bukan karena takut tetapi karena mereka tidak suka dengan adanya pertengkaran antar sesama, terlebih lagi hingga pertukaran darah, tentu sikap tersebut merupakan nilai plus yang

dimiliki oleh masyarakat Jawa dalam menjalankan kehidupan sosial (GamediaBlog, 2022).

Nilai merupakan salah satu acuan dalam bersikap dan berperilaku dalam kehidupan bermasyarakat dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan (Syafuruddin, 2018). Nilai-nilai sosial yang telah tumbuh di pasar Klithikan Notoharjo solo atas dasar hubungan sosial tawar menawar telah melahirkan sikap kekeluargaan antar sesama, persaudaraan dalam bermasyarakat, saling menghormati, Kerjasama, serta gotong-royong, yang kemudian dari sikap menjadi sebuah daya tarik bagi masyarakat luar untuk datang ke pasar Klithikan Notoharjo Solo.

Sifat sosial dan nilai-nilai sosial yang tumbuh di pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan sebuah nilai yang memang sudah menjadi ciri-ciri masyarakat solo. Kegiatan ramah tersebut muncul karena sikap *andhap asor* yaitu sebuah sikap yang sudah melekat sejak dahulu kala dan turun temurun, yaitu sifat sopan santun, selalu menyembunyikan perasaan, tidak suka terlalu vokal atau vulgar dalam berbicara, selalu menjaga etika dalam berbicara dengan seseorang, baik dari konten isi yang dibicarakan atau perkataan yang di ucapkan (Adiyasa, 2018).

Suyanto (1990) dalam GamediaBlog menjelaskan buku karangannya dengan judul Pandangan Hidup Jawa menerangkan, bahwa karakteristik yang dimiliki oleh masyarakat Jawa pada umumnya memiliki sifat yang cenderung religius, *non-doktriner*, toleransi, akomodatif, dan sifat optimistic yang tinggi. Karakteristik budaya Jawa tersebut telah melahirkan sifat kecenderungan yang khas bagi masyarakat Jawa itu sendiri seperti, percaya pada Tuhan Yang Maha Esa sebagai Sangkan Paraning Dumadi dengan segala sifat dan kebesaran-Nya, bercorak idealistis (percaya kepada sesuatu yang bersifat immaterial-bukan kebendaan dan hal-hal yang bersifat adikodrati-supernatural serta cenderung ke arah mistik, lebih mengutamakan hakikat daripada segi-segi formal dan ritual, mengutamakan cinta kasih sebagai landasan pokok hubungan antar manusia, percaya kepada takdir dan cenderung bersikap pasrah terhadap sesuatu karena semua atas kehendak tuhan, bersifat konvergen dan universal, momot dan *non-sectarian*,

cenderung pada simbolisme, cenderung pada gotong-royong, rukun, damai, dan kurang kompetitif karena kurang mengutamakan materi (GamediaBlog, 2022). Hal tersebutlah yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo, para pedagang tetap mempertahankan budaya sebagai masyarakat Jawa dengan sifat ramah, gotong-royong, rukun dan damai kepada siapapun dengan tujuan untuk memberikan kesan baik kepada para pengunjung.

## **B. Daya Tarik Barang Bekas**

### **1. Fashion**

Pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan pasar yang terkenal karena jual-beli barang bekasnya walaupun ada beberapa pedagang yang memasarkan barang baru image sebagai pasar dengan barang bekas tidak bisa dipisahkan dari pasar Klithikan Notoharjo (Suci, 2014). Lengkapnya barang bekas yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo menjadikan pasar tersebut sebagai tujuan para pencari barang antik atau barang bekas. Pasar yang tidak pernah sepi pengunjung tersebut setiap hari selalu disesaki oleh banyak pengunjung apalagi disaat hari minggu, jumlah pengunjung bisa mencari ribuan ada yang dari Klaten, Wonogiri, Sragen, dan beberapa daerah lainnya. Salah satu pengunjung Bagas menjelaskan bahwa hampir setiap hari libur dia berkunjung ke pasar Klithikan Notoharjo Solo mulai dari jalan-jalan santai saja, sampai mencari barang bekas yang di inginkan. Biasanya Bagas mencari pakaian bekas karena harga yang ditawarkan lebih murah, dan dapat mendapatkan merek yang diinginkan seperti *TNF* dan *H&M*. Selain Bagas salah satu pedagang yaitu ibu Dwi juga menegaskan.

“banyak anak muda yang membeli di pasar Klithikan karena kualitas barang luar negeri lebih bagus, dari warna, jaitan, kain, dan barang ori ini lebih murah. Selain itu anak muda ingin memakai pakaian brand, unik-unik juga, dan pakaian luar lebih bagus ketimbang produk lokal serta lebih murah untuk barang bekasnya.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Kegiatan membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo dilakukan oleh anak muda juga beralasan karena produk yang di jual di pasar Klithikan Notoharjo Solo jauh lebih murah. Sehingga hal tersebut memiliki kesesuaian nama dengan artinya yaitu *thrifting* sendiri yaitu melakukan

penghematan. Dalam hal ini berdasarkan hasil penelitian anak muda lebih mengutamakan fungsi dan harga dari pakaian yang mereka beli, dan mereka akan mencari pakaian yang sedang mereka butuhkan sesuai dengan apa yang diinginkan. Menurut Burton dalam (Ilham, 2017) menjelaskan budaya populer pada masa sekarang telah didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material, dan itu bukan seni-seni sejati, manakalanya pencipta dalam membuat produk tersebut telah didorong dengan adanya motif laba dalam dirinya. Maka dari itu budaya populer yang saat ini sedang menjadi sebuah kegiatan tidak hanya berkaitan dengan seni – seni yang memiliki arti kiasan, tetapi memiliki arti dalam bentuk apapun yang menjadi sebuah ekspresi diri di kalangan masyarakat pada masa sekarang. Terbukti dari temuan bahwa informan meminati pakaian bekas salah satunya karena murah dan menghasilkan keuntungan bagi peminatnya. Keuntungan yang didapatkan yaitu pakaian yang *branded*, bergaya *vintage*, unik dan langka yang tentunya bisa meningkatkan gaya berpakaianya agar terkesan kekinian. Dari hal-hal tersebutlah yang dapat dikatakan penggunaan pakaian bekas sebagai budaya populer bagi masyarakat karena tidak berkaitan dengan seni saja melainkan sudah menjadi ekspresi diri di kalangan anak muda (Nella, 2023).

Alasan lain yang menjadikan anak muda banyak yang melakukan pembelian pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo yaitu pakaian yang dijual di pasar Klithikan memiliki banyak merek ternama dan dijual dengan harga yang relatif lebih murah ketimbang tempat yang lainnya. Karena Ketika membeli pakaian bermerek baru akan mengeluarkan uang lebih banyak, sehingga dengan dengan membeli pakaian bekas dengan merek bagus anak muda atau masyarakat dapat menikmati barang yang dibeli dengan harga yang lebih murah dan kondisi barang yang tidak berbeda jauh dengan barang baru.

“Pakaian yang dijual di Klithikan lebih murah ketimbang tempat lain, dan Klithikan merupakan pasar pakaian bekas yang besar, dan banyak pilihan model.” (Wawancara Gilang, 2023).

Keinginan para anak muda dalam memenuhi ekspresi diri terutama dalam bentuk berpakaian dengan menggunakan pakaian bekas menjadi motif

kuat mereka ingin memiliki barang yang diinginkan akan tetapi dengan mempertimbangkan harga dan juga model pakaian (Agnesvy, 2022). Disisi lain, penggunaan pakaian bekas dapat memberikan kesan menggunakan pakaian dengan harga mahal walaupun itu dibeli dengan harga yang murah. Selain itu pakaian bekas bagi anak muda juga merupakan sebuah pakaian yang memiliki keunikan tersendiri karena ada beberapa barang yang hanya diproduksi dengan jumlah yang relative sedikit, sehingga dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi setiap yang memakai dan melihat pakaian bekas tersebut. Tidak hanya itu saja, menggunakan pakaian bekas juga dinyatakan sebaga bentuk ekspresi diri yang tidak akan pernah lekang oleh waktu. Penggunaan pakaian bekas akan terus naik meskipun telah bermunculan pakaian dengan model baru (Misbahuddin, 2018).

Bapak Fajri selaku informan juga menegaskan bahwasannya pasar Klithikan memiliki daya tarik bagi anak muda juga karena banyaknya model pakaian yang mereka jual dan banyak pula merek-merek tertentu yang bisa anak muda dapatkan. Penjual di pasar Klithikan untuk saat ini berdasarkan pengakuan Bapak Fajri juga selalu menerima saran dan masukkan serta pesanan pakaian model seperti apa yang mereka cari akan selalu di usahakan oleh pedagang agar dapat memberikan model pakaian yang dibutuhkan oleh anak muda. Kegiatan tersebutlah yang menjadikan pasar Klithikan selalu diminati oleh banyak masyarakat terutama anak muda yang ingin mencari pakaian bekas sesuai dengan keinginan mereka.

#### **Gambar 10. Anak Muda Memebeli Pakaian Bekas**



Sumber : Dokumentadi pribadi peneliti

Banyaknya kebutuhan-kebutuhan yang dapat diberikan oleh pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Solo terkait dengan pakaian bekas yang

dijadikan sebagai bentuk pemenuhan ekspresi komoditas bagi anak muda faktanya tidak luput dari kegiatan-kegiatan konsumsi, representasi dan pembentukan identitas dalam diri anak muda. Sehingga menjadikan anak muda datang dan membeli pakaian bekas di Pasar Klithikan Notoharjo Solo karena pasar Klithikan mampu memberikan kebutuhan dari anak muda tersebut. Berikut penjelasannya:

**a. Konsumsi**

Pada elemen ini akan dijelaskan mengenai bagaimana proses konsumsi pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Elemen Konsumsi menjelaskan jika suatu lingkungan memiliki kebudayaan dan masyarakat akan mengkonsumsi kebudayaan tersebut untuk beradaptasi dengan lingkungan yang mereka tinggali. Selain itu, masyarakat juga sering mengkonsumsi kebudayaan yang berasal dari luar atas dasar ketertarikan, kebutuhan, atau alasan yang lainnya seperti penyesuaian (akulturasi) yang dilalui juga proses adaptasi (Hall, 1997). Kalangan anak muda, perilaku konsumtif tersebut sangat berkaitan dengan kehidupan yang mereka jalani terutama dalam memenuhi kebutuhan pemenuhan ekspresi dirinya. Menurut (Dwiyantoro & Hartianto, 2014), dalam ketogri sosial remaja merupakan individu yang sangat mudah menerima perubahan zaman terlebih lagi yang berkaitan dengan kehidupan mereka seperti perubahan bentuk penampilan diri serta ekspresi dalam diri. Perubahan zaman yang sekarang kian maju serta banyaknya budaya konsumtif yang terjadi baik itu dalam keadaan sadar maupun tidak sadar juga turut menjadikan anak muda sebagai individu yang konsumtif. Hal tersebut dikarenakan salah satu karakter yang dimiliki dari anak muda yaitu terpengaruh untuk menirukan gaya orang lain yang dilihatnya itu menarik. Pada masa ini para anak muda masih mencari gaya hidup yang sesuai dengan keinginan. Gaya hidup dalam berpakaian yang mewah seringkali diminati oleh kalangan mereka. Budaya konsumtif sangat melekat dalam kehidupannya. Apapun yang dimiliki akan dirasa kurang dalam memenuhi keinginannya bukan untuk kebutuhannya. Dalam bagian ini akan dijelaskan yaitu konsumsi yang

dilakukan oleh penjual hingga dapat tersalurkan ke pembeli atau *thrift stycler*. Dalam penelitian ini akan mengkategorisasikan konsumsi pembeli dalam dua indikator yaitu tujuan dan proses konsumsi yaitu :

#### 1. Penjual

Proses konsumsi yang terjadi yaitu barang bekas yang didistribusikan oleh perusahaan pengelola barang bekas di negara importir untuk dinikmati oleh masyarakat penikmat barang bekas tersebut. Setelah masuk ke dalam negara tersebut, barang bekas yang masih berbentuk *ball* yang berbobot 100 kg kemudian akan dibeli oleh pembeli dengan cara di ecer kepada pembeli (Siti, 2023). Pengelolaannya sendiri dari setiap penjual memiliki cara yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini akan di kategorisasikan ke dalam tiga kategori pengelolaan yang dilakukan oleh penjual pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Berikut penjelasannya :

##### a. *Full Treatment*

*Full Treatment* merupakan sebuah istilah yang diberikan kepada penjual yang memperlakukan barang bekas yang akan dijual dengan cara perawatan penuh sebelum sampai ke tangan pembeli (Marheni, 2021). Perawatan yang dilakukan oleh penjual dengan tujuan agar barang yang dijual dapat secara langsung dipakai oleh pembeli tanpa merasakan risau akan kebersihan dari pakaian. Perawatan yang dilakukan sendiri berupa mencuci atau laundry, setrika uap, serta pemberian bonus stiker missal masih ada. Hal tersebut juga dilakukan oleh ibu Dwi.

“...Pakaian yang dijual ini ada beberapa yang sudah siap pakai, karena pada saat barang datang langsung di laundry bersih, dan nanti akan dapat stiker untuk pembelian di beberapa pakaian bekas ini, seperti Uniqlo, Zara, TNF, dan merek yang bernilai lainnya.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Kegiatan *full treatment* yang dilakukan oleh ibu Dwi dilakukan dengan tujuan agar pembeli mendapatkan sebuah pelayanan yang maksimal sehingga merasa puas dengan barang



yang dibeli. Selain itu, ibu Dwi juga menjelaskan jika kegiatan ini terdiri dari beberapa proses seperti pemilihan untuk pakaian apa saja yang akan mendapatkan perawatan penuh dan biasanya hanya merek-merek tertentu seperti *Uniqlo*, *Zara*, jaket *TNF*, dan juga beberapa produk dari *Dickies*. Karena produk tersebut yang paling banyak dicari oleh orang golongan atas dengan alasan harga yang lumayan tinggi dan kualitas produk yang bagus. Untuk pakaian sisanya akan langsung dijual di kios. Untuk proses pemilihannya sendiri ibu Dwi mengaku hanya dibantu oleh suaminya saja, dan itu dilakukan di kios.

Kegiatan *full treatment* yang dilakukan oleh ibu Dwi merupakan salah satu cara agar dapat menjaga kebersihan dari pakaian bekas itu sendiri walaupun itu dilakukan dalam beberapa produk. Meski pencucian tidak dilakukan dengan penggunaan air panas terlebih dahulu seperti anjuran dari merdeka.com yang menjelaskan alangkah baiknya ketika membeli pakaian bekas proses awal yang dilakukan adalah merebus dengan menggunakan air panas, baru setelah itu dilakukan perendaman ke dalam detergen dengan tujuan agar lebih bersih, setelah semua proses selesai lanjut ke penjemuran dan juga penyetricaan pakaian agar memastikan pakaian bersih dari bakteri jamur (Kompas.com, 2022). Ibu Dwi selaku penjual pakaian bekas juga selalu memberikan rekomendasi kepada para pembeli untuk melakukan proses pencucian kembali pakaian yang mereka beli, baik itu melalui proses rendaman air panas atau pencucian seperti pada umumnya., karena ditakutkan masih ada bakteri atau kuman yang menempel di pakaian bekas yang akan mereka beli.

Bapak Parjo juga menjelaskan jika kegiatan perawatan penuh terhadap pakaian bekas menjadi salah satu cara yang digunakan oleh penjual untuk memberikan nilai lebih dari pakaian yang dijual, dan kebanyakan orang juga lebih suka

dengan kegiatan tersebut terkhusus untuk para konsumen bos-bos besar.

**Gambar 11. Pakaian bekas *full treatment***



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

b. *Semi Treatment*

*Semi Treatment* merupakan sebuah kegiatan perawatan pakaian bekas yang dilakukan oleh penjual yang penerapannya tidak sesulit penjual *full treatment*, artinya penjual hanya menerapkan beberapa langkah saja seperti hanya melakukan penyetrikaan uap tanpa dicuci, atau hanya dicuci saja akan tetapi tidak di setrika (Marheni, 2021).

**Gambar 12. Pakaian *Semi Treatment***



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Penjual pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo sendiri untuk para penjual yang menggunakan perawatan semi *treatment* biasanya hanya melakukannya dengan di setrika uap saja agar terlihat rapi dan bersih. Seperti yang dikatakan oleh bapak Samino.

“... pakaian disini yang saya jual biasanya ketika barang dagang ada beberapa yang langsung kami pajang, dan ada beberapa yang di setrika uap saja. Untuk yang disetrika uap biasanya baju yang memiliki merek seperti Zara, Uniqlo, dan merek terkenal lainnya.” (Wawancara Bapak Samino, 2023).

Selain penjelasan di atas, bapak Samino juga menjelaskan jika pada saat proses pembongkaran *ball* seringkali dilakukan langsung di kios dan itu hanya dibantu oleh istri dan 1 anaknya. Pembongkaran dilakukan di kios dengan tujuan agar pada saat itu pembeli bisa langsung melihat proses pembukaan *ball* sehingga tidak memunculkan kecurigaan barang yang akan diperjual belikan yang berkaitan dengan keorisinilan barang yang akan dijual.

#### c. *Non-Treatment*

Perawatan *Non-treatment* artinya penjual tidak melakukan pengolahan Kembali barang yang terima (*ball*) yang mereka beli (Marheni, 2021). Dalam hal ini penjual langsung memajang pakaian bekas yang mereka beli, untuk di pasar Klithikan Notoharjo Solo sendiri kegiatan tersebut banyak dilakukan oleh para pedagang bronjong.

**Gambar 13. Pakaian bekas *non-treatment***



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk pedagang yang melakukan kegiatan *non-treatment* pada kenyataannya semua pedagang pakaian bekas melakukan

kegiatan tersebut, walaupun tidak semua pakaian mereka perlakukan seperti itu. Terkecuali pedagang bronjong yang menjual pakaian bekas dapat dipastikan pakaian yang dijual itu tidak melalui proses apapun atau dengan kata lain dijual dengan apa adanya.

## 2. Pembeli atau *Thrifter*

Peneliti dalam mengkategorisasi konsumsi pakaian bekas yang dilakukan oleh anak muda di pasar Klithikan Notoharjo Solo melalui dua faktor yaitu tujuan dan proses konsumsi.

### a. Tujuan

#### 1. Pakaian Bekas Murah

Mahal dan murahnya barang akan berkaitan dengan harga dari barang tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang konsumen berikan untuk mendapatkan barang yang akan dibeli, kemudian akan memberikan keuntungan atas kepemilikan barang yang dimilikinya kepada penjual (Fa'ziah, 2021). Tidak dapat dipungkiri jika harga adalah aspek yang paling dilihat sebelum membeli barang dengan tujuan untuk berhemat. Mayoritas masyarakat pasti akan membeli produk dengan harga yang relatif rendah dengan kualitas yang bagus.

Pembeli dengan motif hemat dalam hal ini merupakan pembeli yang melakukan kegiatan membeli pakaian bekas dengan tujuan pertama yaitu membeli dengan mengutamakan fungsi dan sedang dibutuhkan dari pakaian itu sendiri disertai dengan harga yang terjangkau. Bagus salah satu pembeli pakaian di pasar Klithikan Notoharjo Solo yang menerapkan motif hemat.

“...ini saya membeli jaket karena sedang perlu, karena cuaca hujan dan kalau malam sangat dingin, di pasar Klithikan ini juga murah untuk jaketnya karena bekas.” (Wawancara Bagus, 2023).

Berdasarkan penjelasan dari informan dapat dikatakan bahwasannya harga merupakan suatu nilai yang diberikan atas barang dan jasa yang digunakan atau dibeli. Dimana membeli pakaian dengan harga murah tersebut dilakukan oleh mereka dengan tujuan tertentu yaitu untuk meminimalisir pengeluaran sehingga uang yang dimiliki dapat digunakan untuk keperluan lainnya dan upaya yang dilakukan adalah dengan membeli pakaian bekas. Faktor ekonomi dalam hal ini juga menjadi salah satu sebab seseorang membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Faktor ekonomi tersebut dapat diartikan bahwa rata-rata pengunjung melihat kondisi perekonomian atau kondisi keuangan mereka dalam membelanjakan uang yang dimiliki sehingga ketika bertemu dengan barang murah tapi masih berkualitas dan sama sekali dapat memenuhi kebutuhannya, mereka pun menjadikan suatu alternatif untuk membelinya (Andi, 2021). Pakaian bekas yang masih berkualitas dan dijual dengan harga yang sangat terjangkau oleh konsumen di pasar Klithikan Notoharjo Solo membuat banyak orang membeli pakaian bekas pasar tersebut. Bapak Fajri pemilik salah satu kios pakaian bekas juga berpendapat demikian jika para pedagang pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo kebanyakan menjual pakaian bekas dengan harga lebih murah agar pasar tetap dilirik oleh para konsumen.

## 2. Banyak Pakaian Bermerk

Merk atau cap merupakan sebuah tanda atau simbol yang dapat memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang di dalamnya dapat berupa gambar, kata-kata, atau kombinasi antara keduanya (Nora, 2021). Dalam Undang-undang dasar No. 19 Tahun 1992 yang dinyatakan ke dalam bab 1, pasal 1 ayat 1 juga dijelaskan terkait dengan merk yaitu sebuah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, kombinasi,

angka-angka, susunan warna, atau unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.

Pakaian bekas yang ada di pasar Klithikan sendiri 90% merupakan merk barang impor dari luar negeri. Oleh karena itu, pakaian bekas yang dikirim tersebut pasti terdapat beberapa merk tertentu yang menjadi incaran pembeli terutama anak muda. Selain karena merk alasan lain anak muda atau masyarakat umum banyak mencari pakaian dari luar negeri yaitu karena kualitas barang yang lebih bagus dan murah. Oleh sebab itu masyarakat kota Solo dan sekitarnya dapat menikmati pakaian dengan merek terkenal, harga murah, dan kualitas tidak jauh berbeda dengan kondisi barunya. Gilang salah satu informan menjelaskan :

“...kebetulan pacarku itu kan suka pakaian bekas dan aku ikut tertular. Oleh karena itu sekarang aku paham tentang merek-merek terkenal yang kalau baru itu mahal, dan bekas itu lebih murah dan kualitasnya itu bagus biasanya seperti Zara, Uniqlo, kalau jaket pasti ya TNF.” (Wawancara Gilang, 2023).

Berdasarkan jawaban di atas dapat dijelaskan, dengan melakukan kegiatan membeli pakaian bekas mereka mendapatkan pakaian dengan *brand* tertentu dan harga yang terjangkau. Menggunakan pakaian bermerek atas *brand* yang didapatkan dari aktivitas membeli pakaian bekas tersebut akan menjadikan mereka merasa lebih bangga atau percaya diri dalam memenuhi ekspresi diri mereka meskipun pakaian yang didapat dari hasil membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Anak muda yang melakukan kegiatan membeli pakaian bekas menganggap kegiatan tersebut sebagai kegiatan yang menyenangkan dan seru karena terdapat sensasi yang menyenangkan dari proses pemilihan pakaian yang berbagai macam warna dan bentuk, bahkan terdapat seorang mahasiswa menyebutkan bahwa dari memilih pakaian bekas itulah seni

yang terdapat di dalamnya (Nevi, 2022). Ibu Dwi salah satu pedagang juga menegaskan bahwa pakaian bekas yang dijual di pasar Klithikan memang beraneka ragam dan itu menjadi daya tarik bagi masyarakat umum khususnya anak muda.

Merk atau *branded* sendiri dalam sebuah produk tidak akan dapat dilepaskan, karena suatu produk terkenal biasanya akan memiliki sebuah *brand* atau perusahaan yang membuatnya. Semakin besar perusahaan yang membuat maka akan semakin terkenal pula *brand* dari produk yang dijual tersebut. Dengan terkenalnya perusahaan tersebut dapat menjadikan banyak orang yang akan mengenal produk yang dijual. Banyak hal yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan agar produk yang mereka buat bisa dikenal oleh banyak orang, selain promosi yang utama, mereka juga harus meyakinkan para konsumen bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik dan dapat dipercaya (Rinda, 2017).

### 3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan bagaimana seseorang hidup (*how one life*), termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya (Fa'ziyyah, 2021). Gaya hidup pada zaman sekarang telah didukung oleh kegiatan jual-beli pakaian bekas yang telah meningkat pesat. Banyaknya masyarakat dari berbagai golongan yang melakukan kegiatan jual-beli pakaian bekas ditambah lagi sudah adanya pasar yang menyebabkan kegiatan tersebut menjadi suatu yang lumrah dilakukan (Nevi, 2022). Persebaran informasi yang begitu cepat melalui media masa pada zaman sekarang juga turut membantu persebaran informasi tentang pakaian bekas. Penggunaan pakaian bekas yang juga beredar terus di media sosial dengan mudah dan cepatnya diserap oleh berbagai golongan masyarakat. Pasar Klithikan

Notoharjo Solo yang merupakan pasar dengan jual-beli barang bekas terbesar di kota Solo juga ikut terkena imbas dari perkembangan pakaian bekas. Yoga salah satu penjual menegaskan :

“penggunaan pakaian bekas sekarang itu sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari, apalagi anak muda dan dia mahasiswa. Menurutku ya, itu karena kita bangun tidur punya uang hanya dua ratus ribu yang kalau dibelikan pakaian baru hanya dapat satu, tapi kalau beli pakaian bekas bisa dapat tiga biji. Seenak itu kalau membeli pakaian bekas, tidak perlu bawa uang banyak-banyak, apalagi pakaian ini tuh unik.” (Wawancara Yoga, 2023).

Gaya hidup anak muda yang menyukai pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo dalam hal ini akan terus dilakukan karena sudah menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan menjadi kesenangan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan dan ekspresi dalam diri mereka. Jika seseorang hatinya senang dengan memenuhi kebutuhannya melalui barang di pasar Klithikan Notoharjo Solo dan jika tidak dipenuhi maka akan terasa berbeda maka hal ini telah menjadi gaya hidup yang harus dipenuhi dan dilakukan secara terus menerus. Oleh karena itu penggunaan barang dari pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai gaya hidup harus dilakukan secara terus menerus sebagai bentuk perilaku dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Ristiani (2022) menjelaskan jika gaya hidup merupakan pola dari masing-masing individu yang terkait dengan kegiatan sehari-harinya yang digambarkan dalam aktivitas, minat, dan opini. Sikap yang anak muda lakukan dalam membelanjakan uangnya telah menunjukkan kehidupan mereka terutama dalam penggunaan pakaian bekas. Mengingat pakaian bekas pada saat ini selain menjadi sebuah pemenuhan ekspresi diri, produk yang ditawarkan oleh barang bekas tersebut memiliki nilai plus sendiri, yaitu bisa mendapatkan pakaian bermerek dengan kualitas yang masih bagus dengan



harga yang lumayan jauh dengan harga barunya. Pasar Klithikan dalam hal ini sangat berperan dalam pemenuhan ekspresi diri anak muda, penggunaan pakaian bekas sebagai ekspresi diri memberikan implikasi bagi para penggunanya yaitu anak muda dalam kaitannya dengan nilai, status sosial, kepribadian, dan identitas (Yulia, 2011).

Gaya Hidup yang dilakukan oleh anak muda yang mengkonsumsi pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo dalam hal ini dapat dijelaskan sebagai sebuah gambaran dalam diri mereka berupa tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan dengan bagaimana aktivitas yang mereka lakukan, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki melalui pakaian bekas (Fitri, 2022).

Gaya hidup membeli atau menggunakan pakaian bekas yang dilakukan oleh anak muda dalam hal ini dikarenakan adanya sebuah preferensi, ketertarikan, dan juga kesukaan. Anak muda yang lebih suka membeli serta menggunakan pakaian bekas yang mereka dapatkan di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Kegiatan tersebut dilakukan karena pakaian yang dijual mempunyai model yang unik, kualitasnya bagus dan awet serta tidak kalah dengan kualitas pakaian baru. Selain itu pakaian bekas impor harganya juga lebih murah dari pakaian baru. Dalam pakaian bekas juga terdapat merk yang menjadi nilai tambah pakaian bekas tersebut lebih banyak diminati. Selain ada preferensi, terdapat juga ketertarikan masyarakat terhadap pakaian bekas impor. Bentuk dari ketertarikan masyarakat, terlihat pada saat mereka hendak melihat toko yang menjual pakaian bekas (Hariman, 2023).

#### b. Proses Konsumsi

Peneliti dalam bagian ini menemukan tiga poin dalam proses konsumsi yang dilakukan anak muda dalam membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo, yaitu pra konsumsi, transaksi, dan konsumsi. Berikut penjelasannya :

#### 1. Pra Konsumsi

Proses pertama yang dilakukan oleh pembeli sebelum konsumsi barang yang dibeli terbagi ke dalam dua jenis berdasarkan temuan di lapangan, yaitu riset dan non riset.

##### a. Pembeli Riset

Pembeli ini merupakan pembeli yang melakukan riset terlebih dahulu sebelum membeli barang di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Pembeli jenis ini akan mencari toko yang mereka inginkan dan menjual pakaian bekas yang akan dibeli, seperti toko yang menjual hanya celana jeans, jaket, kaos, atau flannel. Selain itu biasanya juga dicari beberapa toko yang menyediakan diskon bagi mereka agar mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang lebih murah, konten-konten yang dibuat orang-orang di Tik-tok juga ikut membantu mereka melakukan riset toko, Bagas menjelaskan :

“...untuk aku sendiri biasanya mencari-cari dulu toko mana yang cocok dengan penggunaan pakaianku Tik-tok biasanya banyak sekali infonya. Dan nggak lupa aku juga mencari toko yang sedang ada promo agar dapat harga pakaian murah, tapi kualitas tetap nomer satu.” (Wawancara Bagas, 2023).

Dalam hal ini dapat diketahui bahwasannya anak muda mencari pakaian bekas berdasarkan produk yang dapat diandalkan serta memiliki kualitas yang baik. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk dalam hal ini akan membentuk preferensi dan sikap yang pada akhirnya akan mempengaruhinya untuk membeli suatu produk atau tidak bahkan akan mempengaruhi jumlah pembelian dan

pembelian berulang terhadap barang tersebut (Ulfrida, 2023). Kualitas produk pakaian bekas dan keragaman produk merupakan hal yang penting untuk diperhatikan sebagai bahan pertimbangan terlebih lagi lapak-lapak atau kios-kios di pasar Klithikan Notoharjo Solo terbilang cukup banyak.

b. Pembeli Non Riset

Pembeli jenis ini berdasarkan riset di lapangan yaitu pasar Klithikan Notoharjo Solo cenderung dengan spontan akan langsung membeli pakaian bekas yang mereka temui, yang pada awalnya tidak memiliki rencana untuk membeli pakaian bekas jenis tertentu. Pembeli jenis ini bisa dikatakan sengaja melakukan kegiatan membeli pakaian bekas sebagai tujuan utamanya. Seperti yang dilakukan oleh Gilang:

“aku memang seringnya kesini dan biasanya kalau hari sabtu dan minggu datang aja. Memang niatnya itu, kalau nemu yang cocok ya beli kalau nggak ya udah pulang.” (Wawancara Gilang, 2023).

Menurut Bagas untuk melakukan kegiatan membeli pakaian bekas lebih enak dilakukan tanpa melakukan riset terlebih dahulu. Hal tersebut dikarenakan jika dilakukan riset terlebih dahulu akan lebih sulit untuk mendapatkan barang yang diinginkan dan justru akan berekspektasi atas barang yang akan dibelinya. Sedangkan jika membeli barang tanpa melakukan riset terlebih dahulu akan lebih mendapatkan barang yang diinginkan karena tidak ada ekspektasi yang diinginkan.

2. Transaksi

Proses transaksi ini terjadi ketika pembeli berada di toko penyedia pakaian bekas. Untuk di pasar Klithikan Notoharjo Solo sendiri proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli biasanya dilakukan dengan mempertimbangkan

beberapa hal yaitu fungsi, model, merek, ukuran dan harga. Berdasarkan penelitian pembeli sering menggunakan lima pertimbangan tersebut walaupun sering kali pembeli juga mengabaikan salah satu faktor tersebut, terlebih lagi anak muda yang lebih mengutamakan gaya dalam dirinya yang lebih memilih fungsi, model, dan merek.

Seperti halnya terkadang anak muda akan abai dengan harga yang ditawarkan oleh penjual karena melihat nilai dari barang tersebut. Nilai yang dimaksudkan yaitu sejarah dari barang tersebut, sudah berusia berapa lama, pernah digunakan oleh seorang tokoh, kolaborasi dengan merek terkenal, serta barang *limited edition*. Dengan melihat nilai barang tersebut pembeli akan menghargai harga barang yang ditawarkan karena nilai yang ditawarkan, Meisa memberikan jawaban :

“untuk aku biasanya tentang barang yang memiliki nilai yang bagus, dikasih harga tinggi sih wajar. Tapi untuk membeli barang itu mikir juga, karena aku lebih mengutamakan fungsi. Walaupun aku ada beberapa barang dengan *limited edition* juga sih.” (Wawancara Meisa, 2023).

### 3. Konsumsi

Proses ketiga ini yaitu konsumsi, pada tahap ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo terdapat tiga respon pembeli atas pakaian bekas yang mereka beli, yaitu *reuse*, *upcycle*, dan *reseller*. Berikut penjelasannya :

#### a. *Reuse*

*Reuse* dalam penelitian kali didefinisikan sebagai menggunakan Kembali pakaian bekas dengan cara *mix and match* (Sri, 2023). Respon ini sangat sering sekali ditemukan saat melakukan penelitian di pasar Klithikan Notoharjo Solo yaitu mereka membeli pakaian bekas hanya menggunakan kembali barang yang mereka beli tanpa

mengolahnya kembali. Seperti yang dilakukan oleh Meisa dan Bagas yang ketika di wawancara menjawab, membeli pakaian bekas hanya untuk dipakai sehari-hari, dan untuk bergaya.

Intan yang merupakan *Co-founder* komunitas Setali juga memberikan pendapatnya dalam Kompas.com salah satu cara merawat lingkungan dengan mudah yaitu menggunakan kembali pakaian yang masih layak pakai, misalnya pakaian turunan dari orang tua, ataupun pakaian dari jual-beli pakaian bekas namun masih bagus. Karena dengan banyaknya pakaian yang dibuang semakin menambah limbah pakaian bekas yang merupakan salah satu penyumbang limbah terbesar di dunia (Kompas.com, 2019).

b. *Upcycle*

*Upcycle* merupakan penggunaan kembali barang bekas baik fungsi yang sama atau yang berbeda melalui proses pengolahan terlebih dahulu dengan tujuan untuk mendapatkan nilai jual lebih tinggi (Ristiani, 2022). *Upcycle* merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengolah limbah industri pakaian bekas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo kegiatan tersebut dilakukan oleh beberapa orang karena ada beberapa barang yang rusak yang kemudian diperbaiki atau dialih fungsikan agar dapat digunakan kembali tetapi dengan nilai jual yang berbeda. Hal tersebut juga dilakukan oleh Yoga yang menjelaskan jika biasanya juga melakukan kegiatan *repaint* atau mewarnai kembali pakaian yang didapatkan jika warnanya telah memudar atau jelek agar terlihat seperti baru. Selain itu biasanya juga dilakukan dengan cara menambahkan

beberapa kain ke pakaian bekas agar menjadi lebih menarik.

Sri, dkk (2023) menjelaskan bahwa teknik yang dimaksud di atas biasa disebut dengan istilah *Patchwork* yaitu sebuah seni yang digunakan untuk menyusun atau mengubah dan menggabungkan potongan kain dengan cara dijahit membentuk pola atau desain yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun untuk keunggulannya sendiri yaitu dari penggunaan teknik ini yaitu sebagai salah satu solusi dalam mengurangi limbah tekstil (penerapan *eco fashion*) serta hasil dari *patchwork* masih bisa dimodifikasi Kembali.

Mas agus sendiri menjelaskan jika proses untuk modifikasi juga meliputi beberapa tahap, yaitu pertama, sisa kain (kain perca) yang baru diambil dari pabrik atau sisa kain penjahit dibasahi dengan air terlebih dahulu, proses ini dimaksudkan agar kain tidak berkerut-kerut, selanjutnya kain dijemur, kemudian masuk ke tahap pemotongan kain, kain dipotong sesuai keinginan atau sesuai bentuk yang telah direncanakan, kemudian tahap terakhir yaitu masuk ke dalam proses penjahitan.

Dengan adanya teknik *reworked* pakaian bekas yang merupakan teknik *upcycle* dengan menerapkan teknik *repaint* dan juga *patchwork* merupakan sebuah inovasi baru dalam penanggulangan masalah limbah sampah industri kain (Sri, 2023).

Sri (2023) juga menjelaskan penting sekali untuk diperhatikan terkait dengan pemenuhan ekspresi diri dalam menciptakan suatu produk baru. Karena dengan kegiatan tersebut produk yang diciptakan dapat memenuhi kebutuhan pasar serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Menerapkan sistem *upcycle* dengan mengenal teknik *patchwork* serta menerapkannya dalam pembuatan suatu

produk busana akan dapat membantu mengurangi limbah industri pakaian berupa kain dan pakaian bekas, karena selain merupakan sebuah solusi terhadap permasalahan limbah industri pakaian, penerapan sistem *upcycle* dengan menggunakan teknik *patchwork* tersebut dapat menciptakan suatu produk yang memiliki nilai estetika, serta nilai jual yang lebih tinggi, selain bermanfaat bagi lingkungan, juga dapat menjadi sebuah ide bisnis yang dapat memberikan penghasilan bagi para pegiatnya, dengan hal itu, maka penerapan sistem *upcycle* dengan teknik *patchwork* ini akan dapat berjalan secara berkelanjutan, karena bersifat saling menguntungkan.

c. *Reseller*

Respon ketiga ini selain sering dilakukan oleh penjual sendiri biasanya juga dilakukan oleh pembeli. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo Yoga salah satu pembeli menjelaskan :

“aku sih biasa nya kalau keliling di Klithikan yo nyari barang yang tak jual kembali, soale selain aku menggunakan pakaian bekas aku juga sering melakukan jual-beli kembali barang yang tak temukan, dan itu sudah tak lakokne sejak aku kelas dua SMP, aku ndelok e iku juga sebagai potensi bisnis mas”

Yoga dalam penjelasan tersebut selain menjadi pengguna pakaian bekas ia juga melakukan pencarian pakaian bekas yang memiliki potensi untuk dijual kembali. Meskipun pada proses konsumsi pakaian bekas yang ditemukan juga cocok untuk dipakai olehnya.

Yoga juga menjelaskan jika dirinya memiliki jaringan di media sosial Facebook sebagai media untuk menjual belikan pakaian bekasnya. Jaringan tersebut terdiri banyak sekali individu yang dapat memudahkan dirinya untuk melakukan proses jual-beli. Dalam penjelasan tersebut dapat dijelaskan Kembali bahwasannya jaringan sosial

yang dimaksud adalah sebagai reseller, yaitu mereka yang membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Kemudian menjualnya Kembali di luar pasar.

Sebagai *reseller* hal tersebut akan menjadi sebuah keuntungan tersendiri karena akan dengan mudah mendapatkan pakaian bekas yang diinginkan dengan harga yang relative lebih murah serta akan mendapatkan banyak pilihan pakaian di pasar Klithikan Notoharjo Solo terutama untuk pakaian bekas seperti jaket, *hoodie*, *crew neck*, kemeja, kaos, dan celana.

Jaringan sosial yang terbentuk antar pedagang pakaian bekas dengan *reseller* dapat terjadi karena adanya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Hubungan yang saling menguntungkan yang dimaksud yaitu sebagai *reseller* (orang yang menjual Kembali) pakaian bekas dari pasar Klithikan Notoharjo Solo akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi ketimbang penjual aslinya. Keuntungan tersebut didapatkan oleh *reseller* dikarena merek membeli atau mengambil pakaian bekas yang akan mereka jual Kembali dari pasar Klithikan Notoharjo Solo (Lisna, 2021).

#### **b. Representasi**

Dalam bagian ini kebudayaan diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri. Akan tetapi dalam pemaknaan yang terkandung di dalamnya antara produsen dengan konsumen belum tentu memiliki kesamaan, termasuk pemaknaan konsumen satu dengan yang lainnya. Tentu pemaknaan tersebut akan berpengaruh terhadap bagaimana kebudayaan tersebut dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga tujuan dari para konsumen menggunakan produk budaya tersebut juga sering mendapatkan hasil dan tujuan yang berbeda (Hall, 1997). Representasi adalah produksi makna melalui Bahasa dalam kebudayaan, secara sederhana budaya merupakan *shared meanings* (berbagai makna). Sebagian dari masyarakat akan



memberikan makna melalui berbagai cara seperti mereka mengekspresikan diri, kata yang digunakan untuk mendeskripsikan diri, gambar yang akan diciptakan, cara klarifikasi, serta nilai-nilai yang akan diletakkan. Dalam bagian ini akan dijelaskan ke dalam beberapa bagian antara lain yaitu, budaya populer, gaya hidup, dan juga hemat. Perkembangan jual beli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo telah banyak diketahui oleh masyarakat terutama kalangan anak muda.

Meluasnya pemberitaan dan juga konten-konten di media sosial tentang pasar Klithikan Notoharjo Solo menjadikan pasar tersebut dikenal oleh banyak orang. Dalam bagian ini akan dijelaskan ke dalam beberapa bagian antara lain yaitu, budaya kekinian tanpa batas, dan membeli pakaian bekas impor. Sejauh ini menurut pengakuan Meisa dan juga Gilang kegiatan membeli pakaian bekas yang mereka lakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan sebuah aktivitas yang ditujukan untuk representasi budaya kekinian tanpa batas dan pasar Klithikan mampu memberikan gaya yang mereka butuhkan karena banyaknya barang yang di jual dari berbagai jenis seperti *vest*, *vintage*, *outdoor*, dan yang lainnya. Selain itu berdasarkan pengamatan peneliti budaya membeli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan mulai dilirik oleh berbagai lapisan masyarakat yang ikut melakukan kegiatan membeli pakaian bekas tersebut.

#### 1. Budaya Kekinian Tanpa Batasan

Kegiatan membeli pakaian bekas yang dilakukan oleh anak di pasar Klithikan Notoharjo Solo juga merupakan salah satu kegiatan berbelanja yang dijadikan sebagai budaya kekinian bagi masyarakat. Penggunaan pakaian bekas merupakan kegiatan yang sangat digemari oleh anak muda dan mereka beranggapan jika menggunakan pakaian bekas bagian dari ekspresi diri (Ariska, 2021). Produk-produk pakaian bekas yang semakin banyak masuk ke Indonesia dan cukup menarik serta kekinian pada saat ini mudah sekali diterima oleh masyarakat dengan dibuktikannya pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai salah satu pusat jual-beli pakaian bekas di Solo. Para anak muda terutama remaja tentu menjadi target utama dalam hal

ini, karena mereka cenderung mudah menerima informasi dari berbagai media dan terpengaruh.

Kegiatan membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo yang dilakukan oleh anak muda berdasarkan penelitian yang dilakukan merupakan sebuah kegiatan berbelanja yang memang menjadi sebuah budaya kekinian tanpa batas walaupun yang membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo bukan hanya anak muda saja, akan tetapi juga dari berbagai kalangan tanpa Batasan gender, usia, maupun ekonomi seseorang. Hal tersebut direpresentasikan dengan ketersediaannya berbagai jenis pakaian bekas yang dapat memenuhi berbagai kalangan. Terdapatnya pakaian dari berbagai kalangan baik itu anak atau dewasa, pakaian untuk perempuan atau *unisex*, serta pakaian dengan harga rendah dan tinggi juga menggambarkan tidak adanya sekat yang terjadi dalam jual-beli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo untuk melakukan aktifitas membeli pakaian bekas.

Pada masa modern ini, kebudayaan menggunakan pakaian bekas di Indonesia semakin menjadi bebas. Kebebasan tersebut mencakup banyak hal, seperti kebebasan dalam berpendapat, dan kebebasan mengekspresi diri (Lydia, 2021). Keanekaragaman budaya tidak menghalangi masyarakat Indonesia untuk mempelajari budaya asing termasuk penggunaan pakaian bekas. Apa yang dilakukan oleh masyarakat tersebut merupakan salah satu bentuk usaha dalam mengikuti modernitas dan penggunaan pakaian yang sedang disukai oleh kebanyakan orang (Hafiz, 2011). Dalam hal ini pasar Klithikan Notoharjo ikut terkena imbas hal tersebut karena banyaknya anak muda yang membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan sebuah upaya dalam mengikuti perubahan yang sedang terjadi dengan adanya perubahan sosial, dengan berubahnya perilaku masyarakat yang lebih terbuka terhadap penggunaan pakaian bekas.

Salah satu contoh kegiatan berbelanja pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai wujud dari ekspresi diri anak muda dalam hal budaya kekinian tanpa Batasan yaitu apa yang dilakukan oleh Meisa yang menjelaskan jika penggunaan pakaian bekas pada saat ini juga ada

campur tangan dengan ikon-ikon selebriti seperti *k-pop*. Meisa berpendapat jika kehadiran budaya *k-pop* dianggap apa yang mereka gunakan, apa yang mereka makan dan minum serta dikonsumsi merupakan hal yang dianggap modis, modern, menawan, atau bahkan mewah. Sehingga masyarakat tidak segan untuk mengikuti gaya dari idolanya tersebut (Andri, 2021).

Penjelasan di atas juga menjelaskan jika seorang individu dalam mengikuti budaya kekinian tanpa batasan untuk menunjukkan eksistensi diri ataupun identitasnya yang dilakukan oleh masyarakat tidak harus bernilai mahal karena mereka dapat mendapatkan hal tersebut dengan cara membeli pakaian bekas. Keberadaan jual-beli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo pada masa sekarang sudah sangat penting bagi masyarakat. Bahkan bisa diibaratkan bahwa jual-beli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan ibarat kata seperti makanan yang harus dipenuhi dan diikuti. Perkembangan industri pakaian dari tahun ke tahun semakin beragam dan kompleks, serta pasti banyak sekali alasan bermunculan yang menunjang kepopuleran industri tersebut untuk terus berkembang, misalnya keinginan tampil di depan umum dengan penampilan yang berbeda, terutama tampil di hadapan lawan jenis secara khusus dan berada diantara lingkungan pertemanan dan masyarakat umum secara luas (Rinda, 2017).

## 2. Membeli Pakaian Bekas Impor

Pasar Klithikan Notoharjo Solo yang 90% pakaian bekas berasal dari impor menjadikan daya tarik tersendiri pula bagi anak muda. Bapak Parjo salah satu pedagang menjelaskan jika banyaknya anak muda membeli pakaian bekas di pasar Klithikan salah satunya karena pakaian-pakaian bekas yang di jual kebanyakan dari luar negeri, dan tetap memiliki kualitas yang tidak kalah dengan pakaian baru. Gilang salah satu konsumen juga berpendapat :

“itu mas, pakaian bekas disini bagus dan awet karena banyak yang dari luar atau impor. Makanya aku suka beli pasar Klithikan ini.” (Wawancara Gilang, 2023).

Saat ini kegiatan membeli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo bukan lagi menjadi hal yang memalukan. Namun kegiatan tersebut sudah menjadi hal yang membanggakan karena juga menjadi ajang untuk mendapatkan barang yang memiliki merek terkenal dengan harga murah atau dibawah harga pasaran terlebih lagi pakaian yang dijual berasal dari luar. Pada dasarnya hal tersebut merupakan sebuah tindakan instrumental yang memang sering dilakukan oleh anak muda dengan menginginkan barang kualitas bagus tetapi memiliki harga yang terjangkau atau murah (Ghilmansyah, 2021).

### c. Identitas

Pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai salah satu pusat jual-beli barang bekas di kota Solo khususnya pakaian bekas. Faktanya hingga saat ini telah mampu memberikan pemenuhan ekspresi anak muda sehingga dapat membentuk sebuah identitas yang tersemat di dalam proses jual-beli pakaian bekas yang dilakukan oleh para pedagang. Identitas dalam elemen ini merupakan sebuah perwujudan dari imajinasi yang dipandang oleh pihak-pihak tertentu yang saling terhubung di dalamnya (Hall, 1997). Oleh sebab itu, identitas akan dapat terbentuk melalui proses konstruksi yang terjadi didalam masyarakat. Dalam bagian setidaknya ada dua identitas yang terbentuk yaitu, *social creative* dan gentrifikasi. Berikut penjelasannya :

#### 1. *Social Creative*

Aktivitas membeli pakaian bekas yang dilakukan oleh anak muda di pasar Klithikan Notoharjo Solo telah melakukan proses *reuse*, *upcycle*, dan *resell* seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Istilah *social creative* merupakan istilah yang diambil dari tiga kegiatan tersebut karena itu merupakan hasil dari pemikiran kreatif masyarakat dalam merespon barang bekas agar tetap memiliki nilai dan manfaat alih-alih hanya menjadi sampah yang menumpuk dan menjadi limbah. Sekelompok masyarakat yang menyukai pakaian bekas biasanya disebut dengan *thrifter* dianggap sebagai *problem solver* karena berusaha mencari solusi dari permasalahan sampah yang kian menumpuk dengan cara menggunakan

kembali pakaian bekas (*reuse*), pengelolaan menjadi barang baru yang lebih bermanfaat (*upcycle*), dan menjual kembali dengan nilai lebih tinggi (*resell*) sehingga dapat menjadi penghasilan bagi para *social creative* tersebut.

*Sustainable fashion* yang merupakan salah satu kegiatan *social creative* merupakan salah satu Gerakan untuk mengurangi pengaruh industri *fast fashion* (Ainur, 2021). Tujuan dari adanya kegiatan *social creative* yaitu membuat pakaian bekas dengan desain yang unik dan langka. Dengan bahan pakaian bekas brand ini juga turut mengurangi sampah tekstil yang dihasilkan dari baju yang sudah tidak terpakai dan dapat memperpanjang masa pakai dari serta dapat memberikan *awareness* pada masyarakat tentang dampak dari industri *fast fashion* (Ainur, 2021).

Industri *fashion* yang sekarang telah berkembang mengikuti arus zaman mengharapakan segala sesuatu dapat tercipta dengan cepat. *Fast fashion* ada untuk menjawab permintaan pasar. *Fast fashion* sendiri hadir untuk menyiapkan pakaian dengan cepat, kuantitas yang besar dalam produksi, harga yang lebih murah, akan tetapi memiliki kualitas yang lebih rendah ketimbang jenis pakaian lainnya. Pakaian yang diproduksi dengan kualitas yang rendah tentunya tidak akan bisa dipakai dalam jangka waktu yang cukup lama. Baju yang sudah tidak dipakai, rusak, ataupun ketinggalan zaman kebanyakan berakhir di tempat pembuangan (Ainur, 2021). Beberapa kegiatan *social creative* yang dilakukan oleh anak muda yang melakukan jual-beli di pasar Klithikan Notoharjo Solo dengan menerapkan *reuse*, *upcycle* dan juga *reseller* telah hadir untuk menjawab permasalahan dalam industri *fashion*. *Upcycle* yang merupakan salah satu cara untuk mengubah pakaian yang sebelumnya memiliki nilai jual rendah kini dapat bernilai lebih melalui teknik tersebut.

## 2. Gentrifikasi

Meluasnya pemberitaan tentang pakaian bekas dan konten-konten yang tersebar luas di media sosial terutama tentang pasar Klithikan Notoharjo menjadikan kegiatan membeli atau menggunakan pakaian

bekas telah merambah ke berbagai kalangan sehingga memunculkan gentrifikasi di dalamnya. Gentrifikasi sendiri merupakan perubahan sosial ketika kaum menengah atas mulai mengkonsumsi sumber daya yang dikonsumsi oleh kaum menengah ke bawah (Aprilia, 2021). Akibatnya kegiatan membeli pakaian bekas yang sebelumnya menjadi opsi berbelanja untuk kaum menengah kebawah karena harganya yang murah, kini kaum menengah ke atas mulai ikut mengkonsumsi yang kemudian dimanfaatkan oleh penjual dengan memberikan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu, pakaian dengan merek tertentu yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo Solo dijual dengan harga lebih tinggi karena sudah meluasnya konsumen pasar mereka. Seperti yang dijelaskan ibu Dwi yaitu :

“...untuk pakaian yang bergelantung di dalam ini biasanya dibeli oleh bos-bos sritex, karena ini memiliki harga yang lebih tinggi dan bermerek. Untuk bos-bos itu memang sering kesini dan membeli barang-barang yang berkualitas saja, katanya sih kalau baru mahal makanya mereka membeli yang *secondan* karena lebih murah dan masih bagus.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Berdasarkan jawaban informan dapat dijelaskan kembali jika alasan atau nilai utama seseorang melakukan kegiatan membeli pakaian bekas pada kelas sosial bukan hanya atas dasar kebiasaan akan tetapi ada juga yang ingin memperlihatkan status sosial yang dimiliki. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan bahwasannya pakaian yang bermerek kebanyakan dibeli oleh bos-bos perusahaan. Pemberian gelar status sosial yang tinggi dalam hal ini bermaksud memberikan kesan baik tersendiri bagi para penggunanya karena setiap orang sering membuat keputusan atau kesimpulan tentang identitas seseorang lewat apa yang mereka gunakan. Terlepas kesimpulan yang mereka ambil itu akurat atau tidak, tentu hal tersebut dapat mempengaruhi pikiran orang lain tentang pemakainya (Pujo, 2014).

Gentrifikasi yang sedang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo dalam hal ini juga dapat memecah belah para konsumen, dan telah mengarah pada sebuah retorika klasik dimana sesuatu yang sebelumnya itu dimiliki oleh

kelompok pekerja bawah sekarang diambil alih oleh orang kaya, dan mereka juga lebih di istimewa (Earth5R, 2022). Selain itu penggunaan pakaian bekas dalam hal ini juga memberikan penanda paling jelas yang dapat menempatkan seseorang terpisah dari yang lain dengan mencerminkan identitas, selera, pekerjaan, status sosial dan kemudian akan memberikan perspektif tersendiri bagi orang lain kalau mereka dari kelompok tertentu (Juliastuti, 2000).

Penggunaan pakaian bekas dengan merek tertentu yang digunakan oleh individu tertentu pula dapat diartikan sebagai sebuah “perlambang jiwa” dalam fenomena komunikasi, karena dalam kegiatan tersebut *fashion* dapat merepresentasikan siapa pemakainya. Salah satu kalimat yaitu “*I speak through my clothes*” (aku berbicara lewat pakaianku) secara tidak langsung telah memberikan informasi yaitu *fashion* yang digunakan merupakan cara untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan dirinya dalam menunjukkan identitasnya (Bernard, 2011).

Dengan adanya jual-beli pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo hingga saat ini, menjadikan para individu terutama anak muda yang merupakan pengguna pakaian bekas masuk ke dalam ideologi mereka dengan menjadika pakaian bekas sebagai gaya hidup. Hal ini dilakukan untuk mengkomunikasikan identitas yang terdapat dalam dirinya dengan mengenakan pakaian bekas. Karena pakaian bekas juga mempunyai cara non-verbal untuk menciptakan makna dan nilai-nilai melalui para penggunanya. Sama dengan ketika mengenakan pakaian baru, pakaian bekas juga menjadi aspek komunikatif yang dapat digunakan sebagai simbol sebuah objek atau sebagai cerminan budaya (Ayuni, 2018).

## **2. Non-Fashion**

Pasar Klithikan Notoharjo Solo selain menjual barang-barang bekas bentuk *fashion* juga terdapat barang-barang bekas berbentuk *non-fashion*. Barang-barang bekas non-fashion yang diperjual belikan di pasar Klithikan Notoharjo Solo juga menjadikan pasar tersebut banyak di kunjungi oleh para pembeli. Barang yang dijual antara lain onderdil motor bekas dan sepeda bekas,

onderdil mobil bekas, peralatan rumah tangga bekas, dan perlengkapan elektronik bekas. Berikut untuk penjelasannya :

a. Onderdil Motor Bekas dan Sepeda Bekas

Lokasi penjual onderdil motor bekas dan sepeda bekas yang berjualan di pasar Klithikan Notoharjo terletak blok III (tiga) berada di bagian belakang pasar. Onderdil-onderdil motor dan juga sepeda bekas yang diperjual belikan oleh pedagang beraneka macam merknya, dan jenisnya. Mulai dari mesin, aki, spion, bearing, knalpot, dan spartbor. Merek yang dijual juga beraneka macam ada yang Honda, Yamaha, dan Suzuki. Berdasarkan pengakuan salah satu penjual di pasar Klithikan yaitu ibu Dwi menjelaskan jika konsumen yang ingin membeli onderdil motor kebanyakan orang yang memiliki ekonomi kebawah karena dengan membeli onderdil bekas dengan kualitas bagus dapat memenuhi kebutuhan mereka.

b. Elektronik Bekas dan Onderderdil Mobil Bekas

Pedagang elektronik bekas di pasar Klithikan Notoharjo terletak di blok I bagian lantai dasar yang merupakan bagian paling ramai di pasar Klithikan Notoharjo Solo karena diisi oleh beberapa pedagang seperti peralatan mobil bekas, elektronik bekas. Sedangkan untuk bagian lantai dua blok I berisi pedagang yang memperjual belikan Hp, radio, speaker, dan televisi.

Barang bekas onderdil mobil yang tersedia di pasar Klithikan Notoharjo terdapat banyak sekali mesin-mesin bekas, spion, skok, ada beberapa yang masih terlihat bagus dan ada beberapa yang terlihat sudah kusam. Berdasarkan hasil observasi terdapat cukup banyak peminat dari onderdil mobil bekas yang diperjual-belikan di pasar Klithikan Notoharjo.

c. Peralatan Rumah Tangga Bekas

Pasar Klithikan Notoharjo Solo juga banyak sekali memperjual-belikan peralatan rumah tangga bekas seperti lemari bekas, rak bekas, gantungan bekas, dan barang-barang rumah tangga bekas lainnya. Kebanyakan pedagang yang memperjual-belikan barang-barang rumah tangga bekas sebagai salah satu opsi berjualan barang bekas selain menjual barang bekas elektronik.



d. Barang Antik Bekas

Barang antik bekas juga diperjual belikan di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Barang antik tersebut antara lain lampu-lampu hias antik, gantungan antik, kaca antik, dan souvenir rumah antik. Lokasi kiosnya sendiri berada di blok II (dua). Berdasarkan hasil observasi lokasi tersebut berada dibagian tengah dan bagian tersebut terlihat ramai karena diisi oleh berbagai jenis pedagang i barang antik,

## **BAB V**

### **ALASAN JUAL-BELI PAKAIAN BEKAS**

#### **A. Faktor Ekonomi**

##### **1. Membentuk Usaha Baru**

Pasar Klithikan Notoharjo merupakan pasar yang menjual berbagai macam barang bekas tetapi harga bisa tawar-menawar. Sejak berdiri dari tahun 2006 pasar Klithikan Notoharjo Solo telah mampu memberikan bentuk-bentuk usaha baru bagi para pedagang khususnya bagi pedagang yang sebelumnya berjualan di sekitaran Banjarsari. Salah satu pedagang pak Parjo mengatakan.

“...di Klithikan ini enak bisa jualan apa saja, dulu waktu masih di banjarsari saya jualannya makanan. Tetapi sejak pindah kesini ternyata bisnis yang menjanjikan itu jualan pakaian bekas, karena banyak sekali yang nyari dan pasar Klithikan lokasinya dan tempatnya memadai.” (Wawancara bapak Parjo, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwasannya pengembangan lingkungan yang dilakukan oleh pemerintah kota Surakarta terhadap para PKL telah dimaksudkan sebagai bentuk peningkatan daya saing dan juga menciptakan peluang usaha seluas-luasnya, menghilangkan biaya ekonomi tinggi, serta menjamin adanya mekanisme pasar yang sehat. Keberadaan pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai hasil dari revitalisasi dimaksudkan untuk merespon permasalahan menahun dari pasar rakyat yang terkesan buruk, kumuh, kotor, sempit, bau, kurang terawat. Dengan revitalisasi diharapkan pasar akan lebih terawat, dan meningkatkan kesejahteraan pedagangnya (SilaNews.com, 2022). Bapak Fajri salah satu pedagang juga menjelaskan.

“klithikan ini enak, dulu waktu di banjarsari lokasinya bagus, Cuma untuk penataan sangat kurang dan terkesan kumuh. Apalagi penjual disana amburadul nggak seperti disini yang teratur dan enak.” (Wawancara Bapak Fajri, 2023).

Pasar yang telah diresmikan pada pertengahan tahun 2006 lalu menjadi salah satu saksi kepiawaian dan keberhasilan Walikota Joko Widodo pada saat itu, dalam menata Pedagang Kaki Lima (PKL) di kota Solo yang berjumlah

989 orang. Bahkan Majalah Tempo memberikan penghargaan Jokowi sebagai salah satu Tokoh tahun Ini pada 2008 dengan sebutan Wali Kaki Lima. Pedagang kaki lima sejumlah hampir seribu orang tersebut menempati areal publik di Monumen 45 Banjarsari, saksi sejarah perjuangan melawan Belanda. Pasca krisis moneter 1997, banyak warga yang menjadi pengangguran karena PHK dari perusahaan dan beralih menjadi Pedagang Kaki Lima yang menempati areal taman Banjarsari (SilaNews.com, 2022).

Ragam dagangan di tawarkan sesuai dengan kelompoknya, ada beberapa zona barang dagangan. Pembeli lebih mudah mencari barang yang dibutuhkan karena kios-kios disusun berdasarkan klasifikasi jenis dagangan. Ada banyak blok yang diperuntukkan bagi pedagang pasar, sesuai dengan jenis barang dagangan. Misalnya blok alat mobil, alat motor, ban, sepatu, alat elektronik, pakaian, alat bangunan, handphone, CD/ kaset, barang bekas, dan lain-lain. Kalau bingung mencari tempatnya, ada papan petunjuk yang memudahkan pembeli untuk mencapai blok tujuan. Dalam hal ini dengan adanya penyediaan sarana pasar Klithikan Notoharjo Solo menjadikan kehidupan yang baik dan layak sangat mendukung terciptanya tatana kehidupan masyarakat yang kondusif sesuai dengan selogan kota Surakarta yaitu berseri (Solopos, 2021).

## **2. Model Penjualan**

### **a. Produksi**

Model penjualan yang pertama yaitu berdasarkan proses produksi yang dilakukan oleh pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Sol. Keberlangsungan jual-beli pakaian bekas yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo Solo masih berlangsung hingga sekarang dikarenakan masih adanya kegiatan produksi yang berlangsung hingga sekarang, dan hal tersebut juga menjadi salah satu alasan penjual yang sebelumnya berjualan di sekitaran Banjarsari Kembali berjualan di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Pasar Klithikan Notoharjo hingga saat ini masih dikenal sebagai salah satu tempat arus jual-beli barang dan jasa yang bercirikan dengan adanya barang yang diperjual-belikan, dan di dalamnya terjadi kegiatan pengolahan dan pembuatan barang. Pekerjaan-pekerjaan jasa juga ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo seperti pedagang

akan mengolah terlebih dahulu barang-barang bekas sebelum dijual kepada konsumen. Biasanya pedagang akan membersihkannya terlebih dahulu barang-barang bekas dan memperbaiki barang-barang elektronik yang tidak berfungsi. Kegiatan tersebut dilakukan oleh para pedagang sebagai upaya untuk meningkatkan nilai dari barang bekas tersebut. Melalui aktivitas tersebut dapat dikatakan sebuah kegiatan kreatif yang mampu memberikan citra pasar bukan hanya sebagai tempat distribusi barang dan jasa saja, tetapi juga sebagai kegiatan produksi barang dan jasa. Bapak Samino menegaskan :

“pasar Klithikan kalau di masyarakat umum biasanya dikenal sebagai pasar setengah pakai, karena barang yang dijual kebanyakan bekas. Tapi disini juga banyak pedagang yang membeli barang bekas kemudian di permak lagi lalu dijual tapi harga tetap murah, makanya banyak sekali orang kesini untuk membeli.” (Wawancara Bapak Samino, 2023).

Bangunan fisik pasar Klithikan Notoharjo dengan yang ada sebelumnya yaitu di sekitaran monumen Banjarsari tentu memiliki karakteristik yang berbeda. Ketika masih berada di sekitaran monumen Banjarsari para pedagang hanya menempati lapak-lapak sederhana yang tersusun diantara papan-papan kayu berjajar di pinggir jalan. Ibu Dwi juga menjelaskan jika saat masih di sekitar monumen Banjarsari kios yang digunakan seadanya karena hanya terbuat dari papan triplek yang disusun ditepi jalan, berbeda dengan sekarang saat menempati pasar Klithikan Notoharjo Solo yang berubah menjadi tembok-tembok yang kokoh.

Pada proses produksi ini peneliti akan menjelaskan bagaimana proses produksi yang terjadi dan berlangsung di pasar sehingga menjadikan pakaian bekas dapat dikonsumsi dan masih diperjual-belikan di pasar Klithikan Notoharjo Solo hingga sekarang. Terdapat tiga poin yang akan membantu menjelaskan dari proses produksi yang terjadi yaitu *market* (pasar), media, dan Bahasa.

a. *Market* (pasar)

*Market* atau biasa dikenal dengan istilah sebagai pasar merupakan sebuah tempat yang di dalamnya terjadi proses jual-beli atau transaksi antara penjual dengan pembeli (Amelia, 2023).

Kegiatan membeli pakaian bekas juga merupakan sebuah proses konsumsi barang yang memerlukan pasar dalam melakukan proses produksi dalam kegiatan jual beli barang. Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan dua *market* yang dilakukan oleh pedagang di pasar Klithikan Notoharjo sehingga dapat diproduksi. Berikut penjelasannya :

1. Pasar awul

Istilah *Awul* sendiri tidak hanya digunakan di Solo saja akan tetapi juga di beberapa wilayah yang ada di Indonesia seperti Yogyakarta, Magelang, Temanggung, dan daerah lainnya. Sementara itu istilah lain terkait dengan penyebutan awul ada yang memiliki sebutan *Battaman*. Pedagang pasar di Klithikan sendiri menyebutkan pakaian bekas dengan istilah *Battaman*. Selain *battaman*, awul, ada istilah lain yang digunakan untuk menyebutkan istilah pakaian bekas yaitu *Cakar* sebuah singkatan dari cap karung yang diambil dari proses pengiriman barang bekas yang dikirim berbentuk karung yang kemudian memiliki cap berbeda di setiap perusahaan luar negeri yang mengirim. Berikut penegasan dari bapak Samino :

“kalau di pasar Klithikan sendiri, biasanya anak muda dan juga pedagang sering menyebutnya dengan istilah *Battaman*, atau *Awulan* agar anak muda mudah menerimanya, dan kebanyakan dari mereka memang sudah mengerti.” (Wawancara Bapak Samino, 2023).

Sesuai dengan perkembangan zaman, penggunaan pakaian bekas atau jual-beli pakaian bekas banyak sekali cara yang digunakan dalam memasarkan produknya agar dapat dengan mudah dikonsumsi oleh masyarakat (Winingsih, 2022). Seperti yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo konsep jual-beli yang dilakukan dengan model shelter dan pertokoan atau kios yang bermodelkan pasar awul. Pasar awul sendiri merupakan sebuah kios atau lapak yang di dalamnya menjual barang bekas di pasar, baik itu pasar tetap, pasar malam, atau pedagang yang berjualan di pinggir jalan.

#### **Gambar 14. Pasar Awul Klithikan Notoharjo dan pedagang bronjong**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Berikut merupakan gambaran dari pasar awul yang berada di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Barang dagangan yang digelar di depan kios dan juga shelter biasanya akan menarik pembeli yang lewat di depan kios. Pembeli akan mencari barang yang mereka inginkan sesuai dengan model, merek, dan juga harga. Untuk barang bermerek sendiri biasanya akan diletakkan di dalam kios dengan cara bergelantung di atas, hal tersebut dilakukan karena memiliki harga yang lebih tinggi dari pada barang yang ada di luar.

Kemudian sering juga ditemukan pedagang awalan dengan menggunakan bronjong. Di pasar Klithikan sendiri dapat ditemukan Ketika pagi hari yaitu pukul 04.00-09.00, sedangkan untuk pedagang kios ada yang buka dari pagi hingga sore pukul 16.00, tetapi juga ada yang buka hanya ketika pagi hari saja bersamaan dengan pedagang bronjong.

#### **2. Thrift Shop**

*Thrift Shop* merupakan lahan bisnis baru bagi orang-orang yang ingin mengembangkan bisnis dengan bermodal baju bekas yang masih layak pakai dan *branded*, mulai diminati oleh kalangan anak muda termasuk Solo dan sekitarnya. Berawal dari maraknya penjualan pakaian bekas yang merupakan hasil dari semakin banyaknya penggemar pakaian bekas bagi para anak muda. Karena

yang dijual kebanyakan pakaian *branded* dan masih layak pakai. Kebutuhan yang mengikuti perkembangan tersebut ini membuat mereka menggemari pakaian-pakaian *branded* dengan gaya berpakaian yang lebih ber-*fashion*. Fenomena ini tentu saja memunculkan bentuk *pop culture* baru dan perilaku konsumtif pada diri mereka demi memenuhi kebutuhan berpakaian sesuai *fashion* yang mereka inginkan serta demi pencitraan dalam dirinya kepada publik. Karena sifat anak muda yang lebih mementingkan gengsi dalam hal gaya berpakaian demi mengikuti gaya yang terjadi saat itu juga, serta sebagai bentuk pemenuhan ekspresi diri (Nella, 2023).

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang menyebabkan informasi yang didapatkan semakin mudah, dan hal tersebut sejalan dengan budaya membeli pakaian bekas yang semakin berkembang (Amelia, 2023). Dimulai dari berubahnya istilah-istilah dari berbagai daerah menjadi sebutan *thrift* dan kegiatan disebut dengan *thrifting*. Konsep penjualan yang dilakukan di pasar Klithikan Pun juga mengalami perubahan, Terkhusus untuk anak muda yang memiliki bisnis jual-beli pakaian bekas mereka juga memanfaatkan media sosial sebagai tempat jual beli pakaian bekas. Karena mereka beranggapan jika menggunakan media penyajian yang dilakukan dapat lebih bagus seperti barang baru yang akan dijual, sehingga anak muda atau orang-orang yang bermain media sosial dapat mengkonsumsi barang yang di jual. Agus salah satu informan menjelaskan :

“selain berjualan di pasar, saya juga memanfaatkan Fb sebagai media saya untuk melakukan jual beli, karena anak muda suka bermain media sosial”.

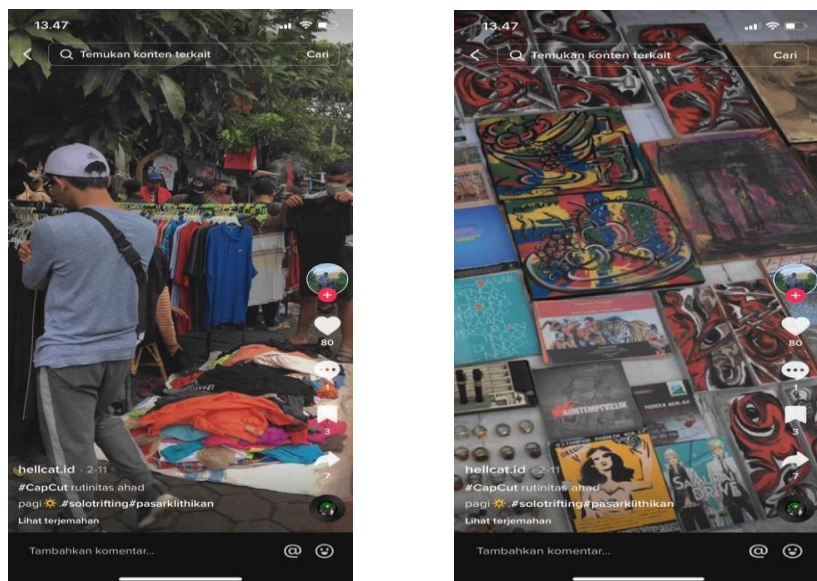
Jual-beli pakaian bekas dengan menggunakan media sosial akan menjadikan masyarakat semakin minat terhadap barang yang dijual. Selain itu banyaknya konten-konten yang memuat pasar Klithikan Notoharjo juga turut membantu meramaikan pasar. Karena dengan adanya iklan yang terpampang dalam publik

menjadikan pasar akan semakin terkenal. Dalam hal tersebut Agus berpendapat :

“orang-orang yang datang dari luar, yang membuat video-video tik-tok juga turut membantu pedagang di Klithikan, terlebih anak muda. Karena dengan begitu akan semakin banyak orang tahu tentang pasar Klithikan Notoharjo.” (Wawancara Agus, 2023).

Bapak Parjo selaku pedagang di pasar Klithikan Notoharjo juga menegaskan bahwasannya adanya thrif shop juga turut membantu proses jual-beli pakaian bekas yang ada di pasar Klithikan, meskipun bapak Parjo sendiri hanya melakukannya pada tahun 2006-2008.

### **Gambar 15. Konten-konten tentang Pasar Klithikan Notoharjo Solo**



Sumber : akun tik-tok @hellcat.id

Masyarakat dalam hal ini sangat mudah sekali mendapatkan informasi terkait dengan barang bekas yang ada di pasar Klithikan Notoharjo Solo, karena dengan media sosial informasi akan dapat dengan mudah tersebar dan menjadikan banyak dari masyarakat akan mendatangi tempat yang menarik. Penggunaan pakaian bekas yang sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan dalam pemenuhan ekspresi diri merupakan kegiatan yang sudah mulai menjamur dalam



kehidupan. Penggunaan pakaian bekas yang sebelumnya dianggap kuno, kotor, sarang penyakit kini malah menjadi budaya baru yang terjadi dalam kehidupan masyarakat dalam mengonsumsi sebuah barang untuk kehidupan sehari-hari. Tik-tok sebagai media sosial juga merupakan salah satu platform yang sangat menyenangkan dan unik untuk berbagi kegiatan apapun itu dengan melalui gambar dan video (Anggie, 2022).

Naiknya informasi di media terkait pakaian bekas terutama informasi tentang pasar Klithikan Notoharjo Solo juga turut mempengaruhi anak muda begitupun masyarakat umum ikut terpengaruh tentang pakaian bekas. Seperti dengan apa yang dikatakan oleh Meisa :

“Pemakaian pakaian bekas perlu dilestarikan karena agar kita agar lebih hemat uang, bisa memanfaatkan ulang barang bekas, dalam media sosial juga sedang ramai manfaat dari penggunaan pakaian bekas sendiri itu banyak.” (Wawancara Meisa, 2023).

Pada zaman sekarang *fashion* dalam menggunakan pakaian bekas memang sedang banyak digandrungi oleh banyak anak muda. Gaya hidup yang mereka jalani selalu memperhatikan *fashion* dalam kehidupan mereka sehari-hari. *Fashion* dalam hal ini merupakan salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan anak muda. Pengaruh teknologi yang memunculkan berbagai *platform online* untuk memberikan pengaruh kepada anak muda tentang produk *fashion branded*, sehingga menimbulkan peningkatan terhadap penggunaan *Second fashion branded* menjadi sebuah ekspresi diri atas dasar gaya hidup di kalangan generasi muda saat ini (Lidya, 2021).

#### b. Media

Berkembangnya teknologi pada zaman sekarang menjadikan masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi terkait dengan pakaian bekas terutama yang di jual di pasar Klithikan Noroharjo Solo. Ditambah lagi banyaknya informasi yang didapatkan oleh

masyarakat yang memunculkan sebuah budaya baru dalam penggunaan pakaian bekas. Pembaruan dalam bidang teknologi dan informasi memberikan banyak sekali perubahan sehingga memberikan pengaruh di dalamnya (Hidayatullah, 2018). Dampak dari hal tersebut menyebabkan akses untuk mendapatkan informasi sangat mudah. Pemberitaan tentang pakaian bekas yang sekarang sedang gencar tentunya menjadikan anak muda zaman sekarang akan lebih menikmati karena dapat dijangkau dengan harga murah, dan juga mereka akan tertarik karena berbagai kebutuhan sandang melalui dengan adanya *fashion second branded* (Haryati,2021).

Penggunaan pakaian bekas pada zaman sekarang bagi masyarakat terutama anak muda sudah dijadikan sebagai sebuah kiblat untuk harus selalu mengikutinya. Seperti halnya dalam menggunakan pakaian bekas. Penggunaan pakaian bekas yang sebelumnya dikenal dengan budaya kotor, kuno, sarang penyakit kini malah menjadi budaya baru dalam kehidupan masyarakat (Amelia, 2023). Meisa salah satu informan menjelaskan :

“pakaian bekas sekarang ini banyak sekali informasinya di media sosial, aku sebagai anak muda pun dapat tahu tentang informasi pakaian bekas kadang juga dari media sosial, seperti Youtube dan Tiktok.” (Wawancara Meisa, 2023).

Penjelasan yang disampaikan oleh Meisa secara langsung telah menunjukkan bahwa anak muda telah mengalami perubahan dalam membeli dan mempelajari pakaian bekas sebelum mereka membelinya. Kegiatan tersebut sejalan dengan naiknya budaya pemakaian pakaian bekas dalam hal informasi yang bertebaran di media sosial terkait dengan penggunaan pakaian bekas. Berbagai informasi sekarang bisa di akses oleh siapapun termasuk tentang pakaian bekas. Komunikasi khususnya melalui media dalam hal ini memiliki peranan yang sangat penting terlebih lagi bagi anak muda. Media sosial memiliki kedudukan yang sangat penting karena secara langsung menyajikan suatu cara dalam memandang realitas sosial. Dengan demikian budaya dan media tidak dapat dipisahkan dalam

kehidupan bermasyarakat karena media turut ikut berpartisipasi dalam membentuk makna dari sesuatu yang mereka bawaan (Pujo, 2014).

Penyebaran informasi terkait dengan penggunaan pakaian bekas melalui media sosial seperti Youtube, Tik-tok dan juga media lainnya tentunya hal tersebut telah mempengaruhi eksistensi dari budaya penggunaan pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Karena dengan banyaknya informasi terkait dengan pakaian bekas di media sosial menjadikan masyarakat akan lebih muda mengetahui keberadaan budaya penggunaan pakaian bekas yang kemudian dapat memungkinkan mereka yang melihat dapat menerapkan budaya tersebut (Ulfrida, 2023).

Komunikasi yang terjadi dalam media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran informasi terkait dengan pakaian bekas tak terkecuali dengan apa yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Stuart Hall menjelaskan komunikasi khususnya melalui media memiliki peranan penting dalam mempengaruhi budaya populer. Media memiliki kedudukan yang sangat tinggi dalam menyajikan berita atau acara dalam memandang suatu realitas (Hall, 1997).

#### c. Bahasa

Pakaian dalam kehidupan sosial sudah menjadi sebuah bahasa dalam menyampaikan pesan yang akan disampaikan oleh pemakainya ke masyarakat umum. Tokoh pertama yang memiliki gagasan terkait dengan pakaian merupakan sebuah bahasa Bogatyrev (1971) yang mengenali empat jenis kostum dasar budaya Moravia yaitu kostum sehari-hari, liburan, seremonial dan ritual. Kemudian oleh Werner Enninger (1984) juga berpendapat bahwa kombinasi dari pakaian dapat menunjukkan jenis kelamin, usia, kekayaan serta peristiwa sosial. Dalam budaya penggunaan pakaian bekas juga dapat merealisasikan pakaian sebagai bahasa tersebut karena dalam penggunaan pakaian bekas terdapat berbagai model gaya, model, jenis dan warna.

Keberadaan pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo juga telah didukung dengan adanya produksi bahasa yang digunakan. Dalam jual-beli pakaian bekas yang terdapat di pasar Klithikan Notoharjo terdapat beberapa istilah yang digunakan yang kemudian menjadi sebuah bahasa dalam mempermudah komunikasi di dalamnya. Berikut daftar istilah-istilah yang digunakan :

**Tabel 5. Bahasa-bahasa Pakaian bekas**

| <b>Dahulu</b>                          | <b>Sekarang</b>     | <b>Arti</b>   |
|--|---------------------|---|
| <i>Awul/cimol/bataman/monza/cakarr</i> | <i>Thrift</i>       | Barang Bekas  |
| <i>Jumper</i>                          | <i>Hoodie</i>       | Jaket yang memiliki tudung  |
| <i>Sweater</i>                         | <i>Crewneck</i>     | Jaket dengan model seperti kaos lengan Panjang namun berbahan tebal                     |
| Celana <i>Kempol</i>                   | Celana <i>Cargo</i> | Celana yang memiliki banyak saku, terutama di bagian samping                            |
| Celana kantor atau celana bahan        | Celana formal       | Celana dengan bahan <i>drill</i> maupun katun yang sering digunakan oleh pekerja kantor |
| Rompi                                  | <i>Vest</i>         | Pakaian atasan tanpa lengan yang berbahan seperti jaket                                 |

|                               |                    |   |
|-------------------------------|--------------------|---|
| Kaos lengan Panjang           | <i>Long Sleeve</i> | Kaos yang memiliki lengan Panjang   |
| Kaos kerah                    | Kaos polo          | Kaos yang memiliki kerah dan sering terdapat kancing  |
| <i>Hunting/mulung</i>         | -                  | Berburu atau menyelam untuk mencari barang bekas, biasanya digunakan ketika dilakukan di pasar awul |
| <i>Ball</i>                   | -                  | Karung yang didalamnya berisi barang bekas yang diproduksi oleh pabrik untuk di ekspor              |
| <i>Deadstock</i>              | -                  | Stock toko belum terjual namun harus diganti dengan stock barang baru                               |
| <i>Original/legit/otentik</i> | -                  | Barang resmi dari suatu <i>brand</i>  |
| Bootleg                       | -                  | Barang dirilis secara tidak resmi oleh suatu komunitas atau pihak dengan kreativitas tinggi         |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | tanpa meniru desain resmi dari suatu produk |
|--|--|---|

Sumber : Pasar Klithikan Notoharjo

Bahasa menurut Stuart Hall sendiri merupakan bagian dari kebudayaan yang terbentuk dari kebiasaan masyarakat yang di dalamnya berurusan dengan semua praktik institusi yang kemudian tertanam dalam sebuah nilai-nilai, kepercayaan, rutinitas kehidupan, dan bentuk-bentuk kebiasaan perilaku dalam diri masyarakat (Pujo, 2014). Hal tersebut sejalan dengan pengakuan bapak Samino salah satu pedagang, dimana istilah-istilah bahasa yang mereka gunakan dalam berdagang muncul dan menyebar secara alami melalui interaksi yang dibangun antara penjual dengan pembeli, terlebih lagi lebih banyak pembeli yang berusia muda yang kemudian dapat memberikan informasi baru kepada para penjual terkait istilah-istilah dalam pakaian bekas. Selain itu penjabaran kategori bahasa yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli pasar Klithikan Notoharjo Solo sejalan dengan apa yang dikatakan Stuart Hall, yaitu kepercayaan setiap individu juga dibentuk atas dasar sebuah bahasa yang dikategorisasikan yang itu terbentuk dari berbagai golongan sosial sebagai upaya untuk memahami lingkungannya. Hal tersebut merupakan bagian dari kepercayaan yang telah ditentukan oleh berbagai pengaruh yang tentu memberikan pengalaman kesan yang sangat nyata dan halus bagi masyarakat yang melakukannya (Hall, 1997).

#### **b. Regulasi**

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai regulasi pada penggunaan pakaian bekas sehingga pakaian tersebut dapat perjual-belian di pasar Klithikan Notoharjo Solo yang menjadikan banyaknya anak muda dan juga masyarakat dapat membeli pakaian tersebut. Regulasi dalam hal ini telah mempengaruhi daya saing dari sebuah industri terutama dalam menghadapi

masalah impor pakaian bekas. Perapan regulasi yang tidak konsisten dan tidak sempurna di Indonesia dapat menghambat proses perkembangan industri *fashion* dalam negeri (Amelia, 2023). Akan terdapat dua poin dalam bahasan ini yaitu legalisasi pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo dan juga keberlangsungan yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo dengan adanya regulasi yang telah ditetapkan. Berikut penjelasannya :

a. Legalisasi

Jual-beli pakaian bekas merupakan sebuah aktivitas pembelian dan penjualan barang bekas yang dianggap sebagai langkah dalam mengurangi limbah pakaian bekas dengan tujuan untuk mengurangi pencemaran pada lingkungan selain hemat dalam melakukan pembelian. Hal tersebut merupakan sebuah kegiatan positif karena dapat memberikan rasa hemat kepada pengguna serta dapat mengurangi limbah sampah yang dapat mencemari lingkungan sekitar (Ulfrida, 2023). Kegiatan jual-beli pakaian bekas merupakan sebuah kegiatan yang mampu memberikan mata pencaharian bagi seseorang karena dapat menghasilkan uang dalam transaksinya sehingga dapat menambah ekonomi serta lapangan pekerjaan. Barang-barang bekas sendiri dapat diperoleh dari berbagai wilayah seperti dalam negeri atau impor dari luar negeri. Seperti penjelasan dari bapak Samino :

“pakain bekas ini bisa didapatkan oleh pedagang dari luar negeri dan dalam negeri, tapi kebanyakan ini dapat dari luar negeri karena kualitas yang berbicara. Kualitas dari barang bekas dari luar negeri lebih banyak disukai anak muda disini karena bagus dan awet ketimbang dari Indonesia sendiri.” (Wawancara Bapak Samino, 2023).

Melihat fakta yang terjadi dilapangan untuk jual-beli pakaian bekas yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo pakaian bekas kebanyakan impor dari luar negeri. Hal tersebut dikarenakan proses pengelolaan sampah atau limbah pakaian bekas di luar negeri lebih maju seperti yang ada di Korea Selatan yang sekarang ini sudah memiliki banyak perusahaan pengolahan pakaian bekas. Perusahaan tersebut dibangun dengan alasan banyaknya sampah pakaian bekas yang dihasilkan mengingat negara tersebut memiliki empat musim yang berbeda yang

mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan pakaian bekas dalam waktu yang pendek saja (Siti, 2023). Sampah pakaian bekas pun yang dihasilkan banyak dan pengolahan pakaian bekas mulai bermunculan untuk membantu mengelola. Pakaian-pakaian bekas tersebut disortir sesuai dengan jenisnya kemudian dibungkus dalam bentuk *ball* (karung seberat 100kg) dan kemudian di ekspor ke negara tropis seperti Indonesia karena penggunaan pakaiannya cukup tahan lama.

Indonesia sendiri terkait dengan jual-beli pakaian bekas secara legalitas dilarang aktivitasnya. Akan tetapi masih banyak para pedagang dan juga masyarakat tetap melakukan jual-beli pakaian bekas terutama pasar Klithikan Notoharjo Solo yang menjadi pusat jual-beli barang bekas di kota Solo, terlebih lagi pada zaman sekarang yang penggunaan pakaian bekas merupakan sebuah ekspresi diri bagi anak muda. Larangan penggunaan pakaian bekas sendiri telah diatur dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 yang menjelaskan perdagangan. Pada pasal 47 ayat 1 tertulis di dalamnya jika setiap importir wajib mengimpor barang dalam keadaan baru. Meskipun dalam keadaan tertentu Menteri perdagangan dapat menetapkan barang yang diimpor dalam keadaan tidak baru. Larangan tersebut juga terdapat dalam peraturan Menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor 48/M-DAG/Per/12/2011 tentang ketentuan impor barang modal bukan baru dan peraturan Menteri perindustrian Republik Indonesia Nomor 25/M-IND/PER/2/2011 tentang ketentuan dan tata cara pemberian rekomendasi atas impor barang bukan baru.

b. Keberlangsungan Jual-Beli Pakaian Bekas

Legalitas impor barang bekas yang diberlakukan di Indonesia tentu saja hal tersebut bertujuan untuk mengatur masuknya barang-barang dari luar agar tidak merugikan negara maupun masyarakat. Namun pada faktanya kegiatan impor barang bekas terutama jenis pakaian masih banyak terjadi di Indonesia, bahkan kegiatan impor pakaian bekas menjadi makin marak karena penggunaan pakaian bekas oleh masyarakat terutama anak muda yang menyebabkan meningkatkan permintaan pasar



tersebut. Pasar Klithikan sendiri sebagai sentra jual-beli pakaian bekas juga harus ikut dalam kegiatan tersebut. Buktinya banyak sekali masyarakat dari berbagai golongan turut ikut mencari pakaian seperti apa yang mereka inginkan di pasar Klithikan Notoharjo Solo. Bapak Parjo memberikan jawaban.

“untuk kami disini biasanya untuk membeli ball juga ngikuti pasar minatnya yang mana, tapi untuk saat ini jujur saya kesusahan mendapatkan barang, karena ketatnya aturan pemerintah, terlebih saya hanya sebagai pihak ke empat. Jadi untuk saat ini bisa dikatakan saya lewat calo mas untuk mendapatkan *ball*. Minusnya ya saya nggak tahu *ball* itu berasal darimana karena saya tinggal terima saja”.

### **Gambar 16. Keramaian Pasar Klithikan Notoharjo Solo**



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti

Berdasarkan jawaban bapak Parjo menjelaskan jika legalitas atau peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia juga ikut berpengaruh terhadap proses jual-beli dan harga jual dari pakaian bekas itu sendiri, karena barang bekas yang masuk ke Indonesia harus melalui jalur dari manapun mengingat jalur formal telah ditutup oleh pemerintah.

Ibu Dwi selaku penjual menjelaskan :

“kami biasanya hanya menelpun untuk pemesanan *ball*, kemudian kami langsung disuruh transfer senilai *ball* yang kami pesan. Kemudian mengirimkan alamat kami untuk pengiriman barang. Untuk lokasi mereka darimana saya juga nggak tahu, soalnya dirahasiakan.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Situasi dan kondisi yang sekarang ini terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo terkait dengan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah faktanya tidak menghalangi para pedagang untuk terus melakukan jual-

beli pakaian bekas. Dalam menyikapi situasi tersebut para pedagang pakaian bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo selalu menjaga keutuhan pasar karena hal tersebut merupakan tujuan bersama bagi seluruh pedagang agar pasar Klithikan Notoharjo tetap eksis dimata para konsumen terutama peminat pakaian bekas. Dengan adanya integrasi antar pedagang dalam pasar Klithikan Notoharjo, maka proses perkebagan akan dicapai dengan lebih mudah. Karena dari berbagai tujuan yang dimiliki oleh setiap pedagang akan lebih mudah tercapai jika ada pengintegrasian dalam satu tujuan yang sama (Feisol, 2018). Untuk tetap mempertahankan keberlangsungan jual-beli pakaian bekas, para pedagang telah membentuk sebuah paguyuban sebagaimana yang dijelaskan ibu Dwi :

“o...untuk masalah kerukunan kami ada, mas. Kami ada paguyuban sendiri yang tiap bulan pasti kita ketemu dan arisan. Kadang kita juga bahas bagaimana untuk kedepannya terkait dengan kios pakaian bekas ini. Jadi awalnya kita dibentuk itu untuk memiliki tujuan Bersama dulu yaitu pengen sama-sama sukses setelah Pindah ke tempat baru ini, makannya kami disini tetap menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan budaya yang sebelumnya ada di monumen Banjarsari. Kan kelihatan disini kalau pagi pasti akan sangat ramai sekali.” (Wawancara Ibu Dwi, 2023).

Berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh ibu Dwi menjelaskan bahwasannya proses integrasi yang terjadi di pasar Klithikan Notoharjo Solo telah berlangsung dengan baik demi keberlangsungan jual-beli pakaian bekas. Ikatan emosional yang sebelumnya sudah ada saat mereka berjualan di sekitaran monumen Banjarsari telah dibawa kembali di lokasi baru mereka yaitu Notoharjo yang kemudian menghasilkan solidaritas dan kerelaan untuk bekerjasama satu dengan lainnya untuk perkembangan pasar Klithikan Notoharjo terutama di sektor jual-beli pakaian bekas.

Pasar Klithikan Notoharjo Solo yang merupakan tempat atau lokasi yang digunakan untuk bertemunya dua individu tau lebih yaitu antara penjual dengan pembeli untuk memenuhi kebutuhan, secara sosiologis memiliki makna yang luas, bukan saja sebagai kebutuhan pranata ekonomi saja, tetapi juga sebagai tempat yang digunakan sebagai tempat yang bersifat *indigenous market trade* sebagaimana yang sudah dipraktikkan sejak lama (mentradisi), serta bercirikan *bazaar economic type* (Putra,

2018). Pasar sebagai sebuah ruang untuk mengatur arus barang dan jasa, juga sebagai mekanisme ekonomi untuk memelihara arus barang dan jasa, dan sebagai sistem sosial dan kebudayaan yang melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para pelaku ekonomi (Putra, 2018). karena para pedagang memiliki tujuan untuk menjaga eksistensi dari pasar Klithikan Notoharjo Solo di muka publik, seperti dengan apa yang dikatakan oleh bapak Samino :

“masalah kerukunan disini jangan diragukan, kemarin ada anak muda seusia kamu mencari jaket gunung dan kebetulan aku mboten jual. Aku langsung mencarikannya ke toko yang ada di belakang saya ini, dan langsung dapat.” (Wawancara Bapak Samino, 2023).

Kebersamaan antar pedagang di pasar Klithikan Notoharjo hingga saat ini sangatlah tinggi. Semua yang berjualan pakaian bekas menunjukkan kepercayaan-kepercayaan dan juga sentimen-sentimen sama rata. Ketika ada individu yang mengalami kesulitan dengan penuh kesadaran pedagang lainnya akan turut membantu. Kegiatan tersebut secara tidak langsung akan memberikan rasa semangat kebersamaan dengan adanya hubungan antar pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Dalam hal ini terlihat jelas jika dengan adanya masyarakat atau manusia yang berkumpul menjadi satu dan membentuk sebuah kelompok sosial maka mereka akan terlibat sebuah aktivitas produktif bersama (Rahmaniah, 2012).

## **B. Keberberlangsungan dengan Pasar Lama**

### **1. Sejarah**

Pasar Klithikan Notoharjo dibangun pada tahun 2006 oleh Pemerintah Kota Surakarta. Pasar ini terletak di Kalurahan Notoharjo, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta. Pasar Klithikan Notoharjo dibangun menampung pedagang kaki lima di area Taman Monumen 45 Banjarsari yang berjumlah 909 pedagang. Pasar Notoharjo lebih dikenal dengan nama Pasar Klithikan karena pasar tersebut sebagai wadah bagi pedagang kakilima yang menjual berbagai barang bekas, seperti elektronik, pakaian, ponsel, sparepart kendaraan dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional ini cukup unik karena

disini pengunjung bisa menemukan barang-barang bekas yang dengan kreativitas para pedagang maka barang-barang tersebut dimanfaatkan kembali (Solopos, 2021).

Praktek jual-beli yang dilakukan oleh pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo tetap mempertahankan barang bekas sebagai komoditi utama mereka dikarenakan mereka tetap ingin mempertahankan budaya lama. Karena setelah terjadi perpindahan dari Banjarsari ke Klithikan hamper semua kios dihuni oleh pedagang yang sebelumnya berjualan di Banjarsari, sehingga menjadikan pasar Klithikan yang sekarang tetap mempertahankan cikal bakal dalam melakukan jual-beli barang bekas. Penjelasan tersebut selaras dengan apa yang dijelaskan oleh salah satu pedagang yaitu bapak Fajri.

“...klithikan kebanyakan jualannya barang bekas, karena kami ngikut dengan yang dulu waktu di Banjarsari, meskipun ada penambahan jualan disini. Tapi tetap saja barang bekas menjadi produk utama kami disini untuk menghidupi kebutuhan.” (Wawancara Bapak Fajri, 2023).

Daya tarik dari pasar Klithikan Notoharjo hingga saat ini sangatlah beragam mulai karena barang-barang bekasnya, hingga faktor kesejarahannya. Salah satu pembeli Gilang menegaskan bahwasannya dia mengira para pedagang yang pindah akan berjualan dengan produk baru, tetapi ternyata para pedagang tetap mempertahankan komoditi utama mereka saat berjualan di Banjarsari yaitu berjualan barang bekas. Selain itu, barang-barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo sangat beragam untuk saat ini dan lebih kompleks ketimbang berjualan di pasar sebelumnya itu juga menjadi sebuah daya tarik .

Pasar Klithikan Notoharjo Solo selain berfokus pada jual-beli barang bekas, pada saat ini pasar tersebut juga menjual beragam makanan, dari makanan tradisional seperti sego kucing, pecel solo, gado-gado sampai bakso juga ada. Tak perlu mengeluarkan banyak uang, tak sampai mengeluarkan uang Rp 10.000, perut sudah kenyangPenat berjalan-jalan dan mengelilingi pasar seluas 11.950 m<sup>2</sup> dengan 1.018 kios dan puluhan los ini, kita tinggal menuju warung makan yang ada di dalam pasar. Beragam makanan ditawarkan, dari makanan tradisional seperti sego kucing, pecel solo, gado-

gado sampai bakso juga ada. Tak perlu mengeluarkan banyak uang, tak sampai mengeluarkan uang Rp 10.000, perut sudah kenyang Percaya atau tidak, Pasar Klithikan Notoharjo ini, salah satu pasar dari 4 pasar (selain Pasar Klewer, Pasar Triwindu/Windujenar, Pasar Gading) yang menjadi tempat favorit wisatawan manca dan domestic. Berkunjung ke Solo, rugi kalau tidak menyempatkan diri ke pasar ini (Solopos, 2021).

Perkembangan jual-beli pakaian *second* atau barang bekas sendiri di pasar Klithikan Notoharjo berdasarkan penelitian yang dilakukan sangat baik karena pedagang mengaku jika tempat yang mereka tempati dapat memberikan peningkatan dalam hal ekonomi sehingga menjadikan penghasilan menjadi lebih baik. Selain itu, jual-beli pakaian bekas yang dilakukan di pasar Klithikan Notoharjo Solo terbilang lebih aman dan nyaman sehingga menjadikan banyak pembeli dari kalangan usia datang dan membeli barang-barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo. Bapak Parjo salah satu pedagang memberikan jawaban.

“disini penghasilan banyak mas, apalagi pada waktu hari libur. Sehari bisa berjuta-juta. Bahkan semenjak saya pindah kesini dan berjualan pakaian bekas saya mampu membeli dua kios dengan nilai 600 juta, dan dua sewa dengan nilai sekitar 20 juta pertahun. Belum lagi saya mampu membuka cabang di kota lain.” (Wawancara Bapak Parjo, 2023).

Meskipun barang yang dijual di pasar Klithikan bisa dibilang masih sama ketika berada di sekitaran Banjarsari, yaitu mayoritas merupakan barang bekas. Di lokasi baru yaitu pasar Klithikan Notoharjo para pedagang kaki lima telah melakukan perubahan yang besar-besaran, dimulai dari cara mereka menata barang dagangan dengan lebih rapi dan teratur, komunikasi dengan pengunjung jauh lebih baik karena lokasi yang bagus, hingga ketaatan para pedagang terhadap peraturan daerah yang mengatur tentang pasar tradisional.

## **2. Pelanggan Tetap**

Komoditi utama barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo oleh pedagang yaitu barang bekas menjadikan pembeli atau konsumen yang sebelumnya menjadi pelanggan di Banjarsari kembali menjadi pelanggan di

pasar Klithikan Notoharjo Solo. Akan tetapi disisi lain meski menyandang gelar sebagai pasar Klithikan yang identik dengan pasar barang bekas atau *second*, hingga saat ini barang yang diujakan oleh para pedagang ada juga yang relatif *up to date* seperti pakaian bekas walaupun itu tidak dilakukan oleh semua penjual. Hal ini bisa saja terjadi sebagai upaya memberikan pelayanan yang lebih bagi pengunjung. Karena bisa jadi ada pengunjung yang memerlukan barang *up to date* atau barang yang mengikuti perkembangan pada masa sekarang itu untuk memenuhi kebutuhannya, baik untuk mengikuti perkembangan zaman, mode atau sekedar sebagai variasi saja. Sehingga Pasar Notoharjo sekarang menjadi lebih variatif ditinjau dari ragam jenis dagangan yang diujakan (Utomo, 2021).

Pasar Klithikan Notoharjo Solo hingga saat ini tetap memiliki sebuah keunikan yang terbentuk dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat yang sudah ada sebelumnya yaitu budaya menjual pakaian bekas di monumen Banjarsari dengan cara yang unik dengan menjadikan budaya jual-beli pakaian bekas di pasar Klithikan tidak berubah dan tetap mempertahankannya. Sehingga menjadikan pembeli atau konsumen yang sebelumnya membeli barang di monumen Banjarsari tetap setia untuk membeli barang yang dijual di pasar Klithikan Notoharjo pasca relokasi. Bapak Fajri selaku penjual menjelaskan bahwasannya dengan tetap mempertahankan jualan yang sebelumnya dilakukan di Banjarsari menjadikan pasar Klithikan tetap memiliki pengunjung setia karena barang murah yang dijual akan tetap mereka cari. Selain itu salah satu pembeli atau konsumen juga menjelaskan.

“Klithikan itu murah karena barang yang dijual barang bekas, dan kalau kita pintar nyari akan tetap bisa mendapatkan barang yang masih okey dan layak pakai. Makannya ketika butuh barang murah dan cukup bagus saya selalu ke sini.” (Wawancara Agus, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas loyalitas yang tergambar dalam diri pembeli setia pasar Klithikan Notoharjo Solo menjadi sebuah gambaran komitmen pelanggan untuk terus melakukan pembelian barang di pasar tersebut dikarenakan pasar Klithikan mampu memberikan barang seperti apa yang dibutuhkan. Selain itu, dalam kegiatan jual-beli yang dilakukan oleh

pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo memiliki seni dan budaya tersendiri dalam mempertahankan pembeli atau konsumen yang menguntungkan bagi penjualan mereka. Dalam (Amalia, 2022) Kotler menjelaskan bahwasannya konsumen atau pembeli yang menguntungkan bagi pedagang adalah orang yang dari waktu ke waktu dapat memberikan arus pendapatan secara terus menerus bagi pedagang.

Adanya pembeli tetap bagi para pedagang yang berjualan di pasar Klithikan Notoharjo Solo menjadikan pasar tersebut memiliki arus ekonomi tetap dalam mendapatkan keuntungan. Selain itu, model interaksi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo sangatlah bagus dan membuat nyaman para pembeli, sehingga hal tersebut dapat memberikan ekspresi yang baik antara penjual dengan pembeli. Apabila ada dua orang atau lebih bertemu baik itu pedagang dengan pedagang, ataupun pedagang dengan pembeli mereka akan saling tegur, berjabat tangan, atau saling berbicara. Komunikasi yang dilakukan antara pedagang dengan pembeli Ketika mereka bertemu akan saling bertegur sapa dan ngobrol terlebih dahulu sebelum membeli barang, sehingga akan mendapatkan kesepakatan yang diinginkan.

Hubungan baik yang dibangun antara pedagang dan juga pembeli di pasar Klithikan Notoharjo Solo merupakan salah satu tujuan dalam membangun hubungan jangka panjang, karena para pembeli yang setia membeli barang bekas di pasar Klithikan Notoharjo merupakan salah satu pembeli kunci. Oleh karena itu, para pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo sangat menyadari jika komunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk dapat mempertahankan pembeli setia. Bapak Parjo selaku penjual menjelaskan.

“untuk hari libur biasanya saya hafal mas para pembeli yang sering kesini, bahkan sebelum saya pindah kesini dia dulu juga sering membeli pakaian di banjarsari. Biasanya kalau memang sudah menjadi pelanggan setia pasti yang dilakukan ngobrol santai dan lama mas, karena memang sudah akrab.” (Wawancara Bapak Parjo, 2023).

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pasar Klithikan sebagai Pemenuhan Ekspresi Komoditas Anak Muda, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Pasar Klithikan Notoharjo Solo sebagai salah satu pasar barang bekas terbesar di kota Solo faktanya mampu memberikan pemenuhan kebutuhan ekspresi komoditas anak muda dalam bentuk penggunaan pakaian bekas. Pakaian bekas yang merupakan salah satu komoditas yang dijual oleh para pedagang di pasar Klithikan Notoharjo Solo dengan cara yang unik yaitu pada pagi hari juga turut membantu eksisnya pasar Klithikan di mata publik terutama anak muda.
- 2) Penelitian ini juga menemukan bahwa daya tarik dari pasar Klithikan Notoharjo Solo baik dalam hal penyajian barang bekas dan juga ekspresidari bentuk penyajian juga turut menjadi sebuah daya tarik tersendiri dari pasar Klithikan. Budaya berjualan yang tetap mempertahankan komoditas yang sebelumnya di jual Banjarsari, dan lingkungan pasar yang sangat memadai dimulai dari cara mereka menata barang dagangan dengan lebih rapi dan teratur, komunikasi dengan pengunjung jauh lebih baik karena lokasi yang bagus, serta kehidupan sosial masyarakat pasar yang memiliki hubungan sosial tumbuh dengan baik antara pedagang dan pembeli telah memberikan daya tarik tersendiri pasar Klithikan Notoharjo.
- 3) Adapun alasan pedagang tetap berjualan pakaian bekas impor meskipun pemerintah telah melarangnya yaitu karena faktor kebutuhan ekonomi dan juga karena identitas yang sudah tersemat semenjak berjualan di sekitaran Banjarsari dengan berjualan barang bekas. Dalam menyikapi situasi tersebut para pedagang pakain bekas di pasar Klithikan Notoharjo Solo selalu menjaga keutuhan pasar dengan adanya integrasi kebersamaan antar pedagang di pasar Klithikan Notoharjo. Dengan hal tersebut proses perkembangan akan dicapai dengan lebih mudah. Karena merupakan tujuan bersama bagi seluruh



pedagang agar pasar Klithikan Notoharjo tetap eksis dimata para konsumen terutama peminat pakaian bekas.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya yang mengkaji bahasan yang sama disarankan beberapa hal berikut :

1. Dapat menggunakan perspektif baru dalam meneliti penelitian yang membahas penggunaan pakaian bekas.
2. Dapat menggunakan metode lain yang dapat memberikan sebuah pandangan budaya yang lebih luas
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperdalam lagi beberapa istilah yang akan datang dan mendalami unsur-unsur yang ada dalam budaya jual-beli pakaian bekas sehingga akan didapatkan hasil yang maksimal dan lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Bernard. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin. (2008). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Deddy. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hall, S. (1997). *Representation : Cultural Representations and Signifying Practice. Culture, Media, & Identities*. London: The Open University & Sage Publication.
- Ibrahim. (2007). *Budaya Populer sebagai Komunikasi : Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Moleong. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musthafa, A. (1993). *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*. Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang.
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahmaniah, A. (2012). *Budaya dan Identitas*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya.
- Soekanto, S. (2014). *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Subadi. (2006). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Widodo. (2017). *Metode Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

### Jurnal :

- Agnesvy, (2022). Penggunaan *Trend Fashion Thrift* sebagai Konsep Diri Remaja di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (02), 254-271.
- Amalia. (2022). Analisis Komunikasi Interpersonal dalam Pembentukan Konsep Diri Penyintas Covid-19. *Journal of Da'wah*, 2 (1), 54-62.
- Amelia. (2023). Peningkatan Daya Saing Industri Terhadap Kasus Impor Pakaian Bekas (Thrifting). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (1), 1970.
- Ainur, S. R. (2021). Desain Upcycle Pakaian Bekas Sebagai Fashion Berkelanjutan. *e-Journal*, 10 (3), 183-191.
- Akhmad. (2017). Proses Perencanaan Komunikatif. *Jurnal Planesa*, 8 (1), 1-11.

- Ahmad, S. (2022). Penanaman Semantis dan Pandangan Budaya Pada Jajanan Pasar Jawa Barat. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 5 (3), 537-554.
- Akhmad. (2017). Proses Perencanaan Komunikatif. *Jurnal Planesa*, 8 (1), 1-11.
- Anggoro. (2010). Konstruksi dan Identifikasi Properti Psikometris Instrumen Pengukuran Kebahagiaan Berbasis Pendekatan Indigenous Psychology: Studi Multitrait-Multimethod. *Jurnal Psikologi*, 37 (2), 176-179.
- Andi, M. A. (2021). Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5 (3), 201-214.
- Andini. (2021). Dampak Relokasi Pedagang Kaki Lima Alun-Alun Simpang Lima Pati Studi Kasus: Pusat Kuliner Pati, Jawa Tengah. *Seminar Karya & Pameran Arsitektur Indonesia 2021* (pp. 239-249). Jakarta: Sakapari.
- Andri, A. &. (2021). Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Beli Baju Bekas. *Senmabis*, 1 (1), 30-37.
- Anggie, A. S. (2022). Peranvangan Referensi Gaya Berpakaian Thrifting Melalui Feed Instagram. *Jurnal Barik*, 3 (2), 125-137.
- Arisanti. (2020). Proses Pendidikan Nabi Adam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 4 (2), 124-132.
- Ariska, A. A. (2021). Pengaruh Korean Wave Terhadap Minat Baju Bekas. *Senmabis*, 1 (1), 30-37.
- Arvind, P. (2019). Stuart Hall's Circuit of Culture-Media Culture With Reference to Film. *Journal Of Humanities And Social Science*, 24 (7), 38-40.
- Ayuni, d. (2018). Kuasa Baju Bekas : Kose Kultural Fesyen Baju Bekas Dalam Ranah Industri Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan* , 1 (1), 10-22.
- Catur. A. (2011). Jilbab : Gaya Baru Kaum Hawa. *Jurnal Sosiologi Islam*, 1 (1), 60-68.
- Damsar, dkk. (2023). Flea Market in Minangkabau Community : The Esxpression of Social and Cultural. *Jurnal Sosiologi Walisongo*, 7 (1), 1-12
- Dwiyantoro. (2014). Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas. *Paradigma*, 2 (3), 2-8.
- Eka. (2019). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Tata Kelola Pasar di Kabupaten Badung . *E-Jurnal EP Unud*, 8 (1), 148-178.

- Fauzi, d. (2022). Kajian Potensi Pariwisata Kampung Batik di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta Sebagai Objek Wisata Budaya (Tinjauan Geografi Pariwisata). *Jurnal Implementasi*, 2 (1), 113-120.
- Fa'ziyah, I. R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *e-Journal*, 10 (3), 62-68.
- Feisol. (2018). Streetwear sebagai Identitas Budaya Masyarakat Urban. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1 (1), 3-11.
- Fitri, A. F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Minat Beli Pakain Second di Sa Thrift Shop. *Jurnal Ekonomi*, 4 (1), 18-24.
- Ghilmansyah, R. (2021). Fenomena Thrifting Sebagai Gaya Milenial Bogor. *Jurnal Nomsleca*, 8 (1), 3-15.
- Halimatus. (2018). Daur Ulang Limbah Dalam Pandangan Hukum Islam. *At-Turas*, 5 (1), 47-58.
- Hafiz, d. (2011). Budaya Populer dan Komunikasi : Impak Kumpulan Slank terhadap Slankers di Indonesia . *Jurnal Komunikasi*, 1, (27), 90-98.
- Haryati. (2021). Thrifting sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4 (3), 359-370.
- Hariman, d. (2023). Fenomena Gaya Hidup Belanja "Pakaian Lelong" Impor Pada Masyarakat Kecamatan Pemangka Kabupaten Sambas. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 12 (2), 674-681.
- Juliasuti. (2000, Februari 17). *Tubuh Yang Mendua*. Retrieved from <http://www.kunci.or.id>
- Hidayatullah. (2018). Perilaku Generasi dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6 (2), 25-42.
- Irma. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *e-Journal*, 10 (3), 62-68.
- Lidya, M. R. (2021). Trend Milenial Menggunakan Second Branded Fashion Street Wear Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6 (2), 237-245.
- Lisna, d. (2021). Jaringan Sosial Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Subuh Jalan Pasar Baru Kelurahan Kertak Baru Ilir Kecamatan Banjarmasin Tengah Kota Banjarmasin. *Jurnal Tugas Khir Mahasiswa Pendidikan Sosiologi*, 1 (2), 38-52.
- Marheni. (2021). Pengaruh *Fashion Lifestyle* dan *Self Image* terhadap *Impulse Buying* Pakaian *Thrifting* di Kota Bandung. *Journal of Management*, 8 (5), 5960-5968.

- Maulidah. (2021). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas. *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4 (2), 508-516.
- Misbahuddin. (2018). Pakaian Sebagai Penada : Konstruksi Identitas, Budaya dan Gaya Hidup Masyarakat Jawa (2000-20016). *Jurnal Studi Agama*, 6 (2), 112-133.
- Mishbahlul, N. S. (2021). Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukit Tinggi . *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4 (3), 359-347.
- Muhammad, L. M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Lingkungan Dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Hijau Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Produk Pakaian Bekas (Thrifting) Di Kabupaten Rembang). *Jurnal Mirai Management*, 8 (1), 479-485.
- Nella. (2023). Fenomena *Thrift Shop* Dikalangan Remaja : Studi Fenomenologi tentang *Thrift Shop* di Kalangan Remaja Surabaya. *Dakwatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3 (1), 36-44.
- Nevi. (2022). Fenomena *Thrifting Fashion* di Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi* , 1 (2), 186-190.
- Nora. (2021). *Thrifting* sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukit Tinggi. *Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4 (2), 359-371.
- Putri. (2022). Ragam Bahasa Pedagang di Pasar Oti Sindue Tobata (Tinjauan Sosiolinguistik). *Senarai Bastra*, 2 (2), 112-121.
- Putri, N. G. (2022). Perancangan Pasar Tradisional Dengan Pendekatan Sustainable Architecture di Lubuk Pakam. *Talenta*, 5 (1), 659-671.
- Pujo. (2014). Cultural Studies : Perlintasan Paradigmatik dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3 (1), 19-28.
- Putra. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Pundi*, 02 (03), 289.
- Reviana. (2022). Inovasi Pelayanan Kesehatan Mobile JKN di Kantor BPJS Kota Subulassalam. *Journal of Social Politics and Governance*, 4 (1), 14-23.
- Rifky. (2022). Fenomena *Thrifting* sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8 (1), 1-10.
- Rinda, D. A. (2017). Represesntasi Budaya Populer Dalam Mengonsumsi Produk Fashion Bermerek (Studi Fenomenologi Mahasiswa di Kota Surakarta). *Jurnal Sosiologi*, 32 (2), 43-52.

- Robi, N. A. (2022). Mengetahui Pengaruh Kualitas dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1 (11), 2954-2965.
- Sri, d. (2023). Bisnis, Pengenalan Teknik Patchwork Dalam Pembuatan Produk Busana Dengan Memanfaatkan Limbah Pakaian Bekas Sebagai Ide. *Senada*, 6 (1), 88-93.
- Syafruddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata . *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15 (1), 20-35.
- Ulfrida. (2023). Dampak Penjualan Pakaian Bekas Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Pinasungkulan Bitung. *Jurnal Ilmiah Society*, 3 (1), 1-7.
- Wati. (2022). Trend Millennial Menggunakan Second Branded Fashion Street Wear Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6 (2), 248-257.
- Winingsih. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11 (8), 102-108.
- Wijayanti, L. (2012). Implementasi Inovasi Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan di Kota Surakarta: Relokasi PKL di Taman Monumen Banjarsari ke Pasar Klitikan Notoharjo. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 8 (2), 126-136.
- Yulia, T. (2011). Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Dalam Komunikasi. *The Messenger*, 3 (1), 36-46.

## **WEBSITE**

- Adiyasa. (2018, Januari 14). *Mengapa orang Jawa, khususnya orang Solo, memiliki budaya yang kalem?* Retrieved from Quora: <https://id.quora.com/Mengapa-orang-Jawa-khususnya-orang-Solo-memiliki-budaya-yang-kalem>, (diakses, 17, Mei, 2023).
- Agung. (2020, November 04). *Mengembangkan Wisata di Surakarta Berbasis Kearifan Lokal*. Retrieved from Universitas Gajah Mada: <https://www.ugm.ac.id/id/berita/20299-mengembangkan-wisata-di-surakarta-berbasis-kearifan-lokal>, (diakses, 17, Mei, 2023).
- Earth5R. (2022, Juni 24). *The Gentrification of Fashion*. Retrieved from <https://earth5r.org/the-gentrification-of-fashion-part-3/>, (diakses, 18, Mei, 2023).
- GramediaBlog. (2022, Juli 12). *Sifat dan Kebiasaan Orang Jawa*. Retrieved from <https://www.gramedia.com/best-seller/kebiasaan-orang-jawa/>, (diakses, 18, Mei, 2023).

- Guide. (2023, Februari 16). *10 Rekomendasi Model Baju Wanita Trendy Ala Korea Yang Unik (2023)*. Retrieved from <https://bp-guide.id/AXfFNZX>, (diakses, 16, Mei, 2023).
- Kompas.com. (2022, Juni 13). Retrieved from Tips Belanja Baju di Thrift Shop agar Aman dan Nyaman Digunakan: <https://www.merdeka.com/gaya/tips-belanja-baju-di-thrift-shop-agar-aman-dan-nyaman-digunakan.html>. (diakses, 20, Mei, 2023).
- Kompas.com. (2019, Desember 6). *Kurangi Limbah Pakaian Mulai Dari Lemari Sendiri*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/12/06/180257820/kurangi-limbah-pakaian-mulai-dari-lemari-pakaian-sendiri?page=al>. (diakses, 20, Mei, 2023).
- Nanik, B. (2019, Juni 16). *Pengaruh Keberadaan Pasar Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klithikan Notoharjo Kota Surakarta*. Retrieved from DOCPLAYER: <https://docplayer.info/73416292-Pengaruh-keberadaan-pasar-terhadap-sosial-ekonomi-pedagang-di-pasar-klithikan-notoharjo-kota-surakarta-nanik-wijayanti.html>, (diakses, 20, Mei, 2023).
- SilaNews. (2022, Juni 26). Retrieved from Mengenal Pasar Barang Bekas atau KlithikandiNotoharjoSolo: <https://www.silanews.com/ekosobud/pr2093742828/mengenal-pasar-barang-bekas-atau-klithikan-di-notoharjo-solo>, (diakses, 30, April, 2023).
- Siti. (2023, Maret 16). *Merdeka.com*. Retrieved from Baju Thrifting Lebih Banyak Berasal dari Korea Selatan dan Jepang: Baju Thrifting Lebih Banyak Berasal dari Korea Selatan dan Jepang, <https://www.merdeka.com/uang/baju-thrifting-lebih-banyak-berasal-dari-korea-selatan-dan-jepang.html>, (diakses, 28, April, 2023).
- Solo, P. K. (22, Juni, 2022). *Pasar Klithikan Notoharjo Solo, Pusat Jual Beli Barang Bekas*. Retrieved from <https://surakarta.go.id/?p=25042>, (diakses, 31, Januari, 2023).
- Solopos. (21, Desember, 2021). *Pedagang Pasar Notoharjo Solo: Awul-Awul Bermerek Masih Banyak Dicari*. Retrieved from <https://www.solopos.com/pedagang-pasar-notoharjo-solo-awul-awul-bermerek-masih-banyak-dicari-1221084>, (diakses, 31, Januari, 2023).
- SosiologiBudaya. (28, Mei, 2012). *Understanding Culture in Daily Life*. Retrieved from <https://sosiologibudaya.wordpress.com/2012/05/28/life-style/>, (diakses, 2, Februari, 2023).
- Suci. (2014, Desember 10). Retrieved from Pasar Klithikan Notoharjo Solo, Mengubah Barang Limbah Menjadi Barang Bernilai: <https://www.kompasiana.com/sucihistiraludin/54f9261aa3331176178b461>

7/pasar-klithikan-notoharjo-solo-mengubah-barang-limbah-menjadi-barang-bernilai, (diakses, 27, April, 2023)

Utomo. (23, Januari, 2021). *Trend Thrift Shop Indonesia*. Retrieved from [https://www.kompasiana.com/rizkyfajarutomo/5ffaf4408ede48782e4f58a4/tren-thrift-shop-di-indonesia-dalam-bayang-bayang-subkultur-dan-gentrifika-si-pakaian?page=2&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/rizkyfajarutomo/5ffaf4408ede48782e4f58a4/tren-thrift-shop-di-indonesia-dalam-bayang-bayang-subkultur-dan-gentrifika-si-pakaian?page=2&page_images=1), (diakses, 2 Februari, 2023).



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Identitas**

Nama : Tatang Maimun Najib  
Lahir : Grobogan, 13 Februari 2001  
Alamat : Desa Mayahan 02/06, Kec. Tawangharjo, Kab. Grobogan  
No. Hp : 082134488879  
Alamat E-Mail : [tatangmaimun02@gmail.com](mailto:tatangmaimun02@gmail.com)

### **B. Latar Belakang Pendidikan Riwayat Pendidikan:**

SD N 2 Mayahan : 2013 (Lulus)

Mts Manba'ul a'aa Purwodadi : 2016 (Lulus)

MAN 1 GROBOGAN : 2019 (Lulus)

UIN Walisongo Semarang : 2019 – 2023

Prestasi Selama di Universitas :

- 2nd place in the debate competition "2022 MIPA Political Festival" National Level-Yogyakarta State University
- Recipients of the 2021 BOPTN Research Assistance in Research "Peran Strategis Dalam Pengarusutamaan Moderasi Beragama (Kajian Sosiologis Di UIN Walisongo Semarang Dan Kajian UIN Raden Mas Said Surakarta)
- Moderator of the National Anti-Narcotics Seminar held by the Sociology Student Association of the Faculty of Social and Political Sciences UIN Walisongo 2021
- Talent UIN Walisongo Semarang 2021 Abstract Admission,
- 3rd ICONHUMANS (3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON USHULUDDIN AND HUMAN STUDIES) And presentation of research results with the title "Social Solidarity Of Nyekar And Haul Akbar Traditions In Mayahan Grobogan" in the theme of Theology
- SEO (Search Engine Optimization) training scholarship from Toko Pedia 2021

### **C. Pengalaman Organisasi**

1. Anggota HMJ Sosiologi, 2021
2. Anggota Dema FISIP, 2022
3. Anggota divisi CSE Pilar PKBI Jawa Tengah, 2019-2021
4. Koordinator divisi Riset organisasi Lembaga Riset dan Debat Uin Walisongo Semarang, 2020-2021

### **D. Pengalaman Magang**

1. *KOL Specialist and Partnership* Dompot Dhuafa Jawa Tengah
2. *Internship Program dan Evaluasi* Balai Pendidikan dan Pelatihan Hukum dan HAM Jawa Tengah
3. *Internship Personalia dan Marketing* PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk
4. *Internship Administrasi Logistic* BUMN Bulog Indonesia