

STUDI *GROUNDED THEORY* TENTANG *SECOND-HAND GOODS* DI KOTA BATAM

Tiurniari Purba

Dosen Program Studi Manajemen Univ. Putera Batam

Email : tiurniari@gmail.com

Abstrak

Jenis usaha apapun akan dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dagang, termasuk didalamnya menjual barang-barang bekas. Demikian halnya dari pihak konsumen, untuk memuaskan kebutuhannya akan membeli darimanapun sesuai dengan kemampuannya. Situasi ini memberikan peluang pada usaha jual beli barang-barang bekas. Di Kota Batam, keberadaan barang-barang bekas ini mampu menunjang perekonomian sebagian masyarakat. Permasalahannya adalah; faktor apa saja yang mendorong masyarakat Kota Batam berminat membeli barang-barang bekas; Apakah Masyarakat Kota Batam tidak khawatir dengan dampak dari pemakaian barang-barang bekas; Dan seperti apa proses jual beli barang bekas ini berlangsung? Penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*. Alasan pendekatan ini dipilih karena kurangnya pengetahuan yang menyangkut faktor spesifik dan hubungan antar faktor yang mencakup proses perubahan perilaku aktivitas fisik dalam hal ini aktivitas membeli barang-barang bekas. Peneliti mengambil lokasi di Kota Batam tetapi hanya pada 9 dari 12 kecamatan, karena lokasi ini didominasi oleh keberadaan penjual barang-barang bekas terutama jenis pakaian, sepatu, tas, barang keperluan rumah tangga, elektronik, furniture, dan otomotif. Teknik sampling menggunakan metode *non random sampling* dengan *teknik purposeful sampling*. Kriteria sampel meliputi kriteria inklusi dan kriteria eksklusi, dimana kriteria tersebut menentukan dapat atau tidaknya sampel digunakan. Kriteria inklusi untuk kasus ini adalah masyarakat Kota Batam, wanita menikah dan single, usia 20 hingga 50 tahun, lulusan paling tidak SMU sederajat, berpendapatan minimal Rp 6.000.000,00 dan, komitmen pada aktivitas fisik atau membeli barang-barang bekas. Hasil analisis menyimpulkan bahwa penawaran terhadap berbagai barang bekas banyak ditemukan di Batam oleh faktor utama yaitu dukungan pemerintah. Sementara mengenai profesi pembeli barang bekas pakai di Batam, hampir berasal dari semua jenis profesi. Dan proses jual beli barang bekas berlangsung tidak jauh berbeda dengan proses jual beli barang di pasar tradisional.

Kata Kunci: Studi *Grounded*, *Second Hand Goods*.

1. Pendahuluan

Kota Batam sebagai kota industri memberikan banyak peluang usaha bagi penduduknya. Salah satunya adalah peluang bisnis dagang barang-barang bekas. Di Batam, Barang bekas ini disebut dengan istilah barang seken dari kata “*second-hand*” yaitu kedua. *A secondhand or used good is one that is being purchased by or otherwise transferred to a second or later end user. A used good can also simply mean it is no longer in the same condition as it was when transferred to the current owner* (https://en.wikipedia.org/wiki/Used_good). Masyarakat Kota Batam sangat familiar dengan keberadaan barang-barang bekas. Di beberapa sudut Kota Batam, ada pasar

yang khusus memperjualbelikan barang-barang bekas seperti di pasar kaget, pasar tradisional, lebih dari itu, bahkan juga di ritel modern tersedia barang-barang bekas terutama jenis elektronik. Keberadaan barang-barang bekas ini tidak mengenal batas tempat, bahkan ada manajemen rantai pasok yang berjalan dalam kegiatan ini. (Kogan, 2011).

Ketersediaan barang-barang bekas dipasaran Batam merupakan salah satu faktor dalam memberikan julukan Kota Batam sebagai surganya belanja, terbukti oleh maraknya keberadaan barang bekas ini dipasar modern dan pasar tradisional. Untuk ritel modern seperti Kepri Mall, Nagoya Hill, Mega Mall, dan BCS Mall. Sementara pada ritel biasa tapi besar yang juga memperjualbelikan barang-barang bekas adalah Mall TOP 100 Tembesi, Aviari Mall, Avava Mall, Lucky Plaza, DC Mall, Top 100 Penuin, Sagulung Mall, dan masih banyak lagi. Jenis barang yang diperjualbelikan relatif murah, variatif dan berkualitas. Di lain pihak, sangat menguntungkan bagi penjual karena menjual barang bekas tidak menuntut garansi (Darghouth & Chelbi, 2015; Murthy, 2000) dan biaya perbaikan akibat kerusakan pada barang-barang bekas ini relatif murah. Keberadaan pasar ini menjadi salah satu faktor destinasi wisatawan di Batam, walau masih hanya menarik wisatawan lokal, akan tetapi sangat membantu perekonomian Kota Batam.

Sejauh ini, keberadaan jual beli barang-barang bekas menjadi tanda tanya besar bagi pemerintah juga bagi pertumbuhan dan keselamatan usaha lokal. Masalahnya, barang bekas yang berada di Batam merupakan hasil import dari negara Singapura, Malaysia, dan China. Dengan kata lain, barang-barang bekas ini berasal dari negara lain dan barang bekas buatan negara lain. Ragam dari barang-barang bekas ini mulai dari produk pakaian, sepatu, elektronik, otomotif, furniture, perlengkapan dapur, perlengkapan fashion, perlengkapan bayi, dan yang lainnya. Hampir semua jenis barang dijual kecuali jenis makanan.

Masuknya barang bekas buatan luar negeri ke Batam mulai dari tahun 90-an hingga sekarang, tidak pernah mengalami penurunan, malah semakin merajalela dari segi kuantitas. Padahal, tidak selamanya import barang bekas ini memberikan dampak positif bagi keberlangsungan perekonomian suatu daerah (Chanthy & Nitivattananon, 2011). Terbukti hingga sekarang tempat penjualan barang bekas menjamur di seluruh penjuru Kota Batam, baik itu dari segi kuantitas pasar, pedagang, maupun barang. Contoh pada tabel di bawah ini, keberadaan barang-barang bekas pasti selalu ada di lokasi pasar kaget. Sekarang ini adalah *trend* menjamurnya pasar kaget di Kota Batam.

Tabel 1 Daftar Pasar Kaget Yang Menjual *Second Hand Goods* Di Kota Batam

| Kecamatan Batu Aji | Kecamatan Sekupang | Kecamatan Bengkong |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1. Pasar Kaget Simpang Barelang | 1. Pasar Kaget Simpang PCI Sekupang (Buka Akhir bulan dan awal bulan) | 1. Pasar Kaget Taman Buana Indah Sungai Panas |
| 2. Pasar Kaget Buana Impian Dua | 2. Pasar Kaget Tanjung Riau | 2. Pasar Kaget Simpang Giant Bengkong Aljabar |
| 3. Pasar Kaget Taman Lestari | 3. Pasar Kaget Tiban Kampung | |

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------------|
| 4. Pasar Kaget Putri Hijau | 4. Pasar Kaget Tiban Global (Tiban Indah) |
| 5. Pasar Kaget Villa Muka Kuning | 5. Pasar Kaget Bida KSB (Tiban Lima) |
| 6. Pasar Kaget Putri Tujuh | |
| 7. Pasar Kaget Marina | |
| 8. Pasar Kaget Taman Lestrasi | |
| 9. Pasar Kaget ASL | |
| 10. Pasar Kaget Tembesi Raya | |

| Kecamatan Sagulung | Kecamatan Batu Ampar | Kecamatan Sungai Beduk |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Pasar Kaget Simpang Marina (Perumahan Taman Laguna) | 1. Pasar Kaget Jodoh | 1. Pasar Kaget Puri Agung Piayu |
| 2. Pasar Kaget Yundai | | |
| 3. Pasar Kaget Pluto | | |
| 4. Pasar Kaget Sagulung | | |
| Kecamatan Nongsa | Kecamatan Batam Kota | Kecamatan Lubuk Baja |
| 1. Pasar Kaget Simpang Batu Besar | 1. Pasar Kaget Simpang Tunas | |
| | 2. Pasar Kaget Alun-Alun Engku Putri | |

Sumber: Survey Peneliti (2016)

Dari sekian banyak jenis barang-barang bekas yang tersedia di Kota Batam, jenis pakaian, sepatu, tas, dan keperluan rumah tangga, pasti dengan mudah ditemukan pada semua pasar kaget yang terdaftar diatas. Untuk jenis barang-barang bekas jenis elektronik, terdapat di toko ritel modern (mall), sementara untuk jenis furniture dan otomotif, keberadaannya terbatas di satu atau dua lokasi tertentu.

Pasar kaget menurut bahasa resmi Bahasa Indonesia adalah (tidak baku) pasar sesaat yang terjadi ketika terdapat sebuah keramaian atau perayaan. Tingginya konsumsi terhadap barang bekas mengakibatkan permintaan selalu mengalami peningkatan. Situasi ini diakibatkan banyak faktor. Hasil survey awal penelitian lewat wawancara dengan para pengguna barang bekas mengatakan bahwa faktor harga merupakan faktor utama terhadap meningkatnya minat beli akan barang barang bekas. Selanjutnya disusul dengan faktor kualitas, dan keragaman produk.

Harga berbanding lurus dengan kualitas (Tciptono, 2006; Herr & Hottenrott, 2016). Harga merupakan salah satu faktor pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan (Monroe, 2003). Tidak ada konsumen yang tidak menginginkan harga murah apalagi dengan mutu tinggi. Bagi penduduk Kota Batam, barang-barang bekas yang diimport ini sanggup memenuhi harapan bahkan melebihi dari yang dipersepsikan oleh konsumen. Sudah menjadi suatu pola pikir yang

paten bagi sebagian orang Indonesia kalau produk buatan luar negeri itu lebih berkualitas daripada produk lokal. Pola pikir ini menjadi penghalang utama bagi kemajuan produk lokal tapi faktor utama bagi kemajuan dagang barang-barang bekas di Batam.

Salah satu faktor lain dari berburu barang-barang bekas di Batam adalah karena kualitasnya. Faktor dari cara konsumen menggunakan pendekatan *Value approach* dalam menilai kualitas membuat kualitas yang tinggi dibayar dengan harga mahal. Tidak pada semua kasus konsumen peduli dengan harga untuk mendapatkan kualitas yang diharapkan (Martin, 2017). Sebaliknya dari pihak produsen, harga yang lebih mahal berarti ada kualitas (Herr & Hottenrott, 2016). Ketidaksanggupan segmen konsumen tertentu membayar mahal untuk kualitas yang dipersepsikan, membuat ketiadaan batas dalam pertumbuhan jumlah barang-barang bekas di Kota Batam.

Jumlah permintaan terhadap barang-barang bekas ini seharusnya menurut *secret needs* adalah untuk segmen konsumen dengan pendapatan kelas menengah ke bawah atau kelas sosial menengah ke bawah. Kenyataannya dari survei lapangan, pengunjung dan permintaan terhadap barang-barang bekas tidak mengenal kelas sosial dan tingkat pendapatan. Dalam hal ini, konsumen disamakan oleh selera dan tujuan yang sama yaitu disebut dengan kualitas. Yang diincar konsumen ketika membeli barang bekas adalah faktor kualitasnya. Ini artinya, *diffrentiation brands* berhasil mempengaruhi konsumen melalui *differentiating quality* (Giri, Roy, & Maiti, 2017).

Rumusan Masalah

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan *grounded theory* ini, perumusan masalah dibuat dalam bentuk kalimat tanya untuk mempermudah analisis data, diantaranya sebagai berikut.

1. Mengapa penawaran terhadap berbagai barang bekas pakai banyak ditemukan di Batam?
2. Siapa saja pembeli dari segi kategori pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap barang bekas pakai ini?
3. Seperti apa proses jual beli barang bekas berlangsung di Kota Batam?

Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan *grounded theory* ini, tujuan penelitian tetap disesuaikan dengan perumusan masalah, diantaranya sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui mengapa penawaran terhadap berbagai barang bekas pakai banyak ditemukan di Batam.
2. Untuk mengetahui siapa saja pembeli dari segi kategori pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap barang bekas pakai ini.
3. Untuk mengetahui seperti apa proses jual beli barang bekas berlangsung di Kota Batam.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Grounded Theory

Pendekatan grounded teori (*Grounded Theory Approach*) adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan sejumlah prosedur sistematis guna mengembangkan teori dari kancan. Pendekatan ini pertama kali disusun oleh dua orang sosiolog; Barney Glaser dan Anselm Strauss. Menurut kedua ilmuwan ini, pendekatan

Grounded Theory merupakan metode ilmiah, karena prosedur kerjanya yang dirancang secara cermat sehingga memenuhi kriteria metode ilmiah. Kriteria dimaksud adalah adanya signifikansi, kesesuaian antara teori dan observasi, dapat digeneralisasikan, dapat diteliti ulang, adanya ketepatan dan ketelitian, serta bisa dibuktikan (John W. Creswell, 2013).

Second Hand Goods

Sejak sekitar tahun 1997 bersamaan dengan krisis moneter, barang-barang bekas terutama pakaian-pakaian bekas masuk ke Indonesia termasuk Kota Batam, dan di saat itulah masyarakat lebih memilih membeli pakaian bekas yang banyak dijual bebas di mana-mana. Munculnya pasar barang-barang bekas ini tidak hanya di Batam tapi juga di kota lain yang ada di Indonesia. Setelah kemunculan pakaian bekas, menyusul produk elektronik bekas, furniture bekas dan jenis jenis lainnya. Ada yang layak pakai ada juga tidak layak pakai. Asal barang-barang bekas di Batam lebih banyak dan lebih sering dari negara Singapura dan Malaysia, dan harganya memang jauh lebih murah dibandingkan barang baru. Barang bekas adalah barang yang sudah dipakai sebelumnya oleh orang lain. Menjual barang bekas merupakan perdagangan bebas yaitu perdagangan antarnegara tanpa kerumitan birokrasi atau aturan (pajak, kuota ekspor dan impor, peraturan negara tentang proteksi) (Nisa Ul Karimah dan Syafrizal, 2013).

Banyak pertimbangan konsumen sehingga sampai kepada keputusan membeli barang-barang bekas diantaranya adalah: harga, kualitas, dan keragaman produk. Dari segi segmentasi konsumen, mulai dari segmen geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, salah satu dari faktor keputusan membeli barang adalah kualitas (Olbrich, Christian, & Hundt, 2016). Kalau sudah mendapatkan barang berkualitas itu artinya biaya perbaikan murah (Quemades-beltr, Bovea, & Victoria, 2017).

Penelitian Terdahulu

Secara internasional, banyak penelitian yang mengangkat topik tentang keberadaan *second hand goods* terutama di negara-negara berkembang. Objek dari penelitian *second hand goods* ini beragam mulai dari pakaian bekas, elektronik bekas, barang fashion bekas, dan lain-lain. Bukan berarti keberadaan barang-barang bekas ini tidak ada di negara maju, ada beberapa penelitian tentang topik *second hand goods* di negara maju seperti penelitian sebelumnya dalam judul *Attitude of the stakeholders involved in the repair and second-hand sale of small household electrical and electronic equipment: Case study in Spain*. Hasil studi ini mengatakan bahwa untuk jenis barang bekas strika, *vacum cleaner* dan *heater* tetap banyak peminatnya sekalipun konsumen sadar bahwa biaya perbaikan untuk barang bekas ini beresiko lebih mahal (Quemades-beltr et al., 2017). Berbeda dengan negara USA, barang barang bekas yang paling diminati adalah jenis *furniture* (Fortuna & Diyamandoglu, 2016).

Berdagang barang-barang bekas memberikan keuntungan tersendiri bagi pihak penjual karena dari aspek garansi, tidak ada. Kalaupun ada hanya sebatas waktu tiga hari, hal ini tentu tidak menuntut biaya yang mahal (Darghouth & Chelbi, 2015). Hal yang serupa dengan penelitian (Brooks, 2013) dalam judul *Stretching global production networks: The international second-hand clothing trade*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya keuntungan dari berdagang barang-barang bekas terutama jenis pakaian. Bagi pihak pembeli terutama jenis fashion, pembeli sangat diuntungkan dengan adanya pasar jual beli barang-barang bekas. Hal ini dibuktikan oleh penelitian (Ferraro, Sands, & Brace-govan, 2016) dalam judul *The role of fashionability in second-hand shopping motivations*.

Di lain pihak, penelitian yang dilakukan oleh (Chanthy & Nitivattananon, 2011) dalam judul *Stretching global production networks: The international second-hand clothing trade* di Cambodia mengatakan bahwa akibat dari perdagangan barang-barang bekas yang tinggi membuat penumpukan sampah yang banyak secara cepat. Apalagi untuk jenis elektronik seperti komputer, menimbulkan masalah yang sangat serius bagi keselamatan lingkungan.

Minat tinggi yang ditunjukkan konsumen terhadap barang-barang bekas ini adalah karena salah satu faktor dari kualitas. Yang terjadi di pasaran, kualitas tinggi artinya harus mau bayar mahal, hal ini dibuktikan dalam penelitian dengan judul *Higher prices, higher quality? Evidence from German nursing homes?* (Herr & Hottenrott, 2016). Sementara dengan penelitian dalam judul *Consumer response to price changes in higher-priced brands* ditemukan bahwa *price elasticity for high-priced products are mainly similar to that for other FMCG products, but consumers are slightly less responsive* (Huang, Dawes, Lockshin, & Greenacre, 2017).

Selain kualitas, faktor harga juga mempengaruhi perilaku konsumen. Penelitian sebelumnya dalam judul *Does quality differentiation matter in exporters' pricing behaviour? Comparing China and India*, mengatakan bahwa *The evidence on changes in quality-adjusted prices appears to be inconclusive in the case of India, while in China prices are sensitive to quality* (Mallick & Marques, 2016). Sementara dengan penelitian dalam judul *Strategic pricing with rational inattention to quality* mengemukakan bahwa *attentional costs are a key driver in the pricing strategies of sellers, and hence in the informativeness of prices* (Martin, 2017).

Walaupun tidak ada garansi terhadap barang-barang bekas ini, tetap ada yang namanya *maintenance* atau perawatan akan barang-barang bekas, hal ini diusahakan untuk mengurangi biaya pembelian. Terbukti metode menawarkan perawatan ini lebih efisien seperti yang dikemukakan oleh (Huei, Lo, & Yu, 2011) dalam penelitian *A study of maintenance policies for second-hand products*. Biaya dalam pasar barang-barang bekas ini juga bisa dikendalikan dengan memperhatikan rantai pasokan internal, seperti yang dikemukakan dalam penelitian *Second-Hand Markets and Intrasupply Chain Competition* (Kogan, 2011).

Mengenai promosi di pasar barang-barang bekas tidak ada pelaksanaan jenis jenis promosi kecuali jenis promosi dari mulut ke mulut. Penelitian dengan judul *Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention* (Liu & Lee, 2016). Di sisi lain, konsumen membeli barang-barang bekas tidak hanya untuk langsung dipakai melainkan diolah ulang untuk dijadikan menjadi barang yang lebih diminati sendiri atau untuk dikomersialkan (Bima, 2015). Beda lagi kasusnya di negara India, bisnis barang-barang bekas ini dihubungkan dengan politik atau sangat menguntungkan bagi para politikus. Penelitian dalam judul *The limits of ethicality in international markets: Imported second-hand clothing in India* mengemukakan bahwa jual beli barang-barang bekas ini dipegang oleh pemerintah (Norris, 2015).

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*, menggunakan sejumlah prosedur sistematis guna mengembangkan teori dari kancah. Pendekatan ini dipilih karena kurangnya pengetahuan yang menyangkut faktor spesifik dan hubungan antar faktor yang

mencakup proses perubahan perilaku aktivitas fisik (Creswell, 2016). Tujuan dari *Grounded Theory Approach* adalah teoritisasi data. Teoritisasi adalah sebuah metode penyusunan teori yang berorientasi tindakan/interaksi, karena itu cocok digunakan untuk penelitian terhadap perilaku. Penelitian ini tidak bertolak dari suatu teori atau untuk menguji teori (seperti paradigma penelitian kuantitatif), melainkan bertolak dari data menuju suatu teori. Untuk maksud itu, yang diperlukan dalam proses menuju teori itu adalah prosedur yang terencana dan teratur (sistematis). Selanjutnya, metode analisis yang ditawarkan *Grounded Theory Approach* adalah teoritisasi data (*Grounded Theory*).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Kota Batam tetapi hanya pada 9 dari 12 kecamatan. Alasan pemilihan lokasi Kota Batam dengan hanya sembilan kecamatan adalah karena lokasi ini didominasi oleh keberadaan penjual barang-barang bekas terutama jenis pakaian, sepatu, tas, barang keperluan rumah tangga, elektronik, furniture, dan otomotif.

Populasi dan Sampel

Metode non random sampling dengan teknik purposeful sampling. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan kasus yang kaya informasi, terutama sampling kriteria. Sampling kriteria adalah pengambilan kasus yang memenuhi sebagian kriteria pendahuluan. Kriteria sampel meliputi kriteria inklusi dan kriteria eksklusi, dimana kriteria tersebut menentukan dapat atau tidaknya sampel digunakan. Kriteria inklusi untuk kasus ini adalah masyarakat Kota Batam, wanita menikah dan single, usia 20 hingga 50 tahun, lulusan paling tidak SMU sederajat, berpendapatan minimal Rp 6.000.000,00 dan, komitmen pada aktivitas fisik atau membeli barang-barang bekas. Kriteria eksklusi dimana subjek penelitian tidak dapat mewakili sampel karena tidak memenuhi syarat sebagai sampel penelitian. Kriteria eksklusi adalah wanita yang belum pernah melakukan pembelian terhadap barang-barang bekas, datang ke lokasi penjualan barang-barang bekas tapi tidak membeli atau hanya sesekali membeli.

Cara mendapatkan sampel ini dilakukan sesuai dengan prosedur penelitian *grounded theory*. Sesuai dengan tahap pengkodean dan analisis data, penyampelan dalam penelitian ini diarahkan dengan logika dan tujuan dari tiga jenis dasar prosedur pengkodean. Ada tiga pola penyampelan teoritik, yang sekaligus menandai tiga tahapan kegiatan pengumpulan data; (a) penyampelan terbuka, (b) penyampelan relasional dan variasional, serta (c) penyampelan pembeda. Penyampelan ini bersifat kumulatif (di mana penyampelan terdahulu menjadi dasar bagi penyampelan berikutnya) dan semakin mengerucut sejalan dengan tingkat kedalaman fokus penelitian. Keterangan yang berkenaan dengan tiga pola penyampelan ini dapat diringkas sebagai berikut:

Penyampelan Terbuka; Penyampelan ini bertujuan untuk menemukan data sebanyak mungkin sepanjang berkenaan dengan rumusan masalah yang dibuat pada awal penelitian. Karena pada tahap awal itu peneliti belum yakin tentang konsep mana yang relevan secara teoritik, maka obyek pengamatan dan orang-orang yang diwawancarai juga masih belum dibatasi. Data yang terkumpul dari kegiatan pengumpulan data awal inilah kemudian dianalisis dengan pengkodean terbuka. Penyampelan Relasional dan Variasional; Sebagaimana diutarakan di atas, tujuan pengkodean terporos adalah menghubungkan secara lebih khusus kategori-kategori

dengan sub-subkategorinya. Untuk maksud ini perlu dilakukan penyampelan yang berfokus pada pengungkapan dan pembuktian hubungan-hubungan tersebut. Kegiatan itu dinamakan penyampelan relasional dan variasional. Pada penyampelan relasional dan variasional diupayakan untuk menemukan sebanyak mungkin perbedaan tingkat ukuran di dalam data. Hal pokok yang perlu pada penemuan perbedaan tingkat ukuran tersebut adalah proses dan variasi. Jadi, inti utama penyampelan di sini adalah memilih subyek, lokasi, atau dokumen yang memaksimalkan peluang untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variasi ukuran kategori dan data yang bertalian dengan perubahan. Penyampelan Pembeda; Penyampelan pembeda berkaitan dengan kegiatan pengkodean terpilih. Karena itu tujuan penyampelan pembeda di sini adalah penetapan subyek yang diduga dapat memberi peluang bagi peneliti untuk membuktikan atau menguji hubungan antarkategori. penyampelan dihentikan apabila; (a) tidak ada lagi data baru yang relevan, (b) penyusunan kategorinya telah terpenuhi; dan (c) hubungan antarkategori sudah ditetapkan dan dibuktikan.

Teknik pengumpulan data

Data dikumpulkan melalui dua proses kerja, metode utama yang dapat digunakan secara simultan, yaitu observasi dan wawancara mendalam (*depth interview*). Hal yang spesifik yang membedakan pengumpulan data pada penelitian *Grounded Theory* dari pendekatan kualitatif lainnya adalah pada pemilihan fenomena yang dikumpulkan. Pada *Grounded Theory* sangat ditekankan untuk menggali data perilaku yang sedang berlangsung (*life history*) untuk melihat prosesnya serta ditujukan untuk menangkap hal-hal yang bersifat kausalitas. Peneliti akan selalu mempertanyakan “mengapa suatu kondisi terjadi?”, “apa konsekwensi yang timbul dari suatu tindakan/reaksi?”, dan “seperti apa tahap-tahap kondisi, tindakan/reaksi, dan konsekwensi itu berlangsung?”.

Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini sudah dimulai dari tahap pengumpulan data. Riset kualitatif dengan menggunakan metode *grounded theory* merupakan proses yang saling berhubungan dan harus dilakukan secara bergantian. Tahap analisis data dalam metode *grounded theory* ini dilakukan dalam bentuk pengkodean, yang merupakan proses penguraian data, pembuatan konsep dan penyusunan kembali dengan cara yang baru. Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan kepada orang lain. Adapun untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna (*meaning*) (Muhadjir, 2002 :142). Proses biasanya diawali dengan pengkodean (*coding*) serta pengkategorian data.

Hasil dari suatu riset *grounded theory* adalah suatu teori yang menjelaskan fenomena yang sedang diteliti. Laporan riset memaparkan teori yang ditunjang dengan contoh-contoh dari data. Laporan riset biasanya berupa diskusi naratif dari proses dan temuan riset. Adapun prosesnya diawali dengan proses *open coding* yang merupakan bagian dari analisis data, dimana peneliti melakukan identifikasi, penamaan, kategorisasi dan penguraian gejala yang ditemukan dalam teks hasil dari wawancara, observasi, dan catatan harian peneliti itu sendiri. Berikutnya adalah proses *axial coding*. Tahap ini adalah menghubungkan berbagai kategori riset dalam bentuk susunan bangunan atau sifat-sifat yang dilakukan dengan menghubungkan kode-kode, kombinasi cara berpikir induktif dan deduktif. Tahap selanjutnya adalah *selective coding*, yakni

memilih kategorisasi inti dan menghubungkan kategorikategori lain pada kategori inti. Selama proses coding ini diadakan aktivitas penulisan memo teoritik. Memo bukan sekedar gagasan kaku, namun terus berubah dan berkembang atau direvisi sepanjang proses riset berlangsung. Adapun tujuan dilakukannya pengkodean dalam metode *grounded theory* ini adalah: 1) memperoleh ketepatan dalam proses riset, 2) menyusun suatu teori, 3) membantu mengatasi terjadinya bias dan asumsi yang keliru, 4) memberikan suatu landasan dan kepadatan makna, dan 5) dapat mengembangkan kepekaan dalam menghasilkan teori baru. Prosedur yang dilakukan dalam tahap analisis data yang merupakan dasar dari proses pengkodean yaitu dengan melakukan perbandingan secara terus menerus dan melakukan pengajuan pertanyaan-pertanyaan. Metode riset *grounded theory* menekankan pada validitas data melalui verifikasi dan menggunakan coding sebagai alat utama dari pengolahan data. Ada beberapa cara untuk melakukan pengkodean, yaitu: 1) pengkodean terbuka, 2) pengkodean terporos, dan 3) pengkodean terpilih. Pengkodean terbuka terdiri atas beberapa langkah, yaitu: a) melakukan pelabelan fenomena, yaitu pemberian nama terhadap benda dan kejadian yang diperoleh melalui pengamatan atau wawancara; b) menemukan dan pemberian nama katagori menggunakan istilah yang dipakai oleh subjek yang diteliti; dan c) menyusun katagori berdasarkan pada sifat dan ukurannya. Sifat katagori berdasarkan pada karakteristik atau atribut suatu katagori, sedangkan ukuran katagori berarti posisi dari sifat katagori tersebut. Pengkodean terporos merupakan sekumpulan prosedur penempatan data kembali dengan cara-cara baru dengan membuat hubungan antar katagori. Sedangkan pengkodean terpilih dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu: a) mengulang kembali susunan data ke dalam pokok pikiran, b) mengidentifikasi data dengan menuliskan inti dari data yang ada, c) menyimpulkan dan memberikan kode pada katagori inti yang merupakan inti masalah yang mencakup semua data atau fenomena yang ada; dan d) menentukan pilihan kategori inti yang merupakan penemuan tema pokok dari riset tersebut. Pengkodean terpilih dilakukan setelah menemukan variabel inti atau apa yang dianggap sebagai inti tentatif. Inti tentatif menjelaskan perilaku para peneliti dalam menyelesaikan perhatian utamanya. Inti tentatif tidak pernah salah, tapi dapat menghasilkan lebih atau kurang sesuai dengan data. Pada tahap analisis data ini, khususnya sebagai cara untuk mempertajam analisis dalam melakukan pengkodean, maka dilakukan analisis proses dengan maksud untuk menghidupkan data melalui penggambaran dan menghubungkan tindakan atau interaksi untuk mengetahui tahapan dan rangkaian data yang digunakan. Menghubungkan tindakan atau interaksi ini tidak hanya bertujuan untuk mengetahui urutan waktu atau kronologi suatu peristiwa melainkan yang lebih penting adalah untuk menemukan hubungan antara sebab dan akibatnya. Singkatnya, dalam menggunakan metode *grounded theory*, kita dapat berasumsi bahwa teori yang tersembunyi dalam data kita dan kewajiban kita untuk menemukannya.

4. HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Hasil penelitian

Menganalisis *second hand goods* di Kota Batam mulai dari jenis barang, area, aktifitas, jenis pembeli, dan proses jual beli, dilakukan dalam bentuk pengkodean (*coding*). Pengkodean merupakan proses penguraian data, pengonsepan, dan penyusunan kembali dengan cara baru. Tujuan pengkodean dalam penelitian *Grounded Theory* adalah untuk; (a) menyusun teori, (b) memberikan ketepatan proses penelitian,

(c) membantu peneliti mengatasi bias dan asumsi yang keliru, dan (d) memberikan landasan, memberikan kepadatan makna, dan mengembangkan kepekaan untuk menghasilkan teori.

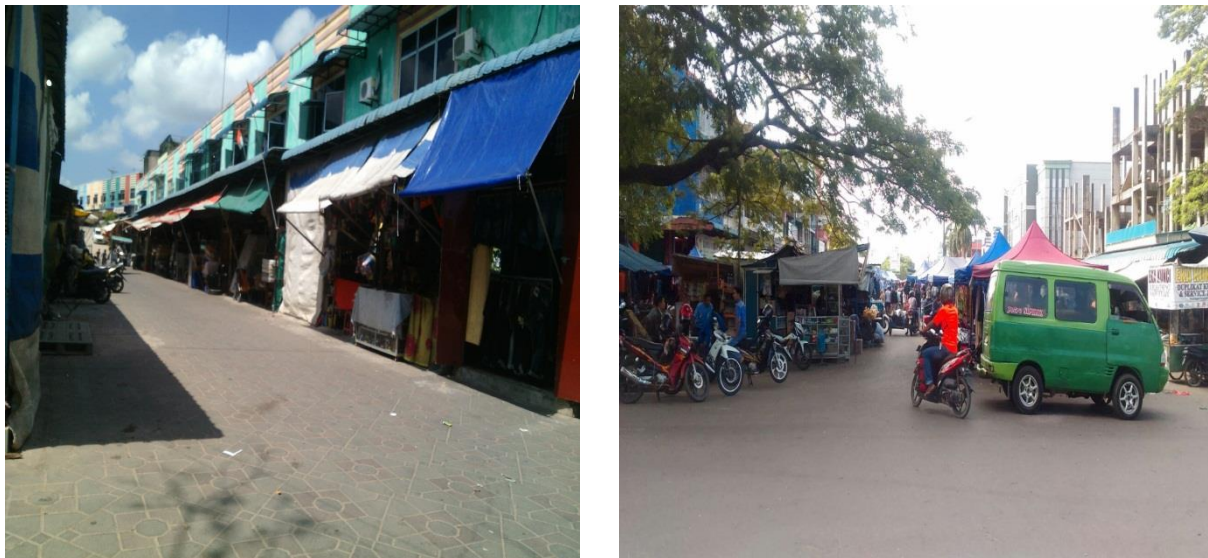
Terdapat dua prosedur analisis yang merupakan dasar bagi proses pengkodean, yaitu; (a) pembuatan perbandingan secara terus-menerus (*the constant comparative methode of analysis*); dan (b) pengajuan pertanyaan. Dalam konteks penelitian Grounded Theory, hal-hal yang diperbandingkan itu cukup beragam, yang intinya berada pada sekitar; (i) relevansi fenomena atau data yang ditemukan dengan permasalahan pokok penelitian, dan (ii) posisi dari setiap fenomena dilihat dari sifat-sifat atau ukurannya dalam suatu tingkatan garis kontinum.

Penentuan sampel dalam penelitian ini telah ditentukan sebelumnya dengan syarat memenuhi kriteria inklusi yaitu, masyarakat Kota Batam, wanita menikah maupun single, usia 20 hingga 50 tahun, lulusan paling tidak SMU sederajat, berpendapatan minimal Rp 6.000.000,00 dan, komitmen pada aktivitas fisik atau membeli barang-barang bekas. Sebelumnya, sampel diperoleh dari populasi yang dibatasi berdasarkan wilayah, hanya pada sembilan kecamatan dari 12 kecamatan yang ada di Batam seperti yang tertera pada Tabel 1 di bawah ini. Alasan dari batasan wilayah ini adalah karena tiga kecamatan secara geografis berada di luar Pulau Batam.

Tabel 1 Sumber Sampel Berdasarkan Kecamatan

| No. | Kecamatan | |
|-----|----------------|--------------------------|
| | Masuk Populasi | Diluar Kriteria Populasi |
| 1 | Sagulung | 10. Belakang Padang |
| 2 | Batu Aji | 12. Galang |
| 3 | Batam Kota | 13. Rempang |
| 4 | Sei Beduk | |
| 5 | Sekupang | |
| 6 | Batu Ampar | |
| 7 | Kampung Utama | |
| 8 | Jodoh | |
| 9 | Nongsa | |

Tiga kecamatan secara geografis berada di luar Pulau Batam, menyulitkan untuk pengumpulan data. Perjalanan membutuhkan waktu lama dan membutuhkan alat transportasi yang agak sulit seperti pompong. Selain itu, waktu dalam menempuh perjalanan harus pada jam-jam tertentu.



Gambar 1 Lokasi Pasar Barang Bekas Pakai Di Kecamatan Batu Aji

Sementara syarat kriteria eksklusi sampel adalah wanita yang belum pernah melakukan pembelian terhadap barang-barang bekas, datang ke lokasi penjualan barang-barang bekas tapi tidak membeli atau hanya sesekali membeli. Pada kasus ini sangat ditekankan untuk menggali data perilaku yang sedang berlangsung (*life history*) dari sampel untuk melihat prosesnya serta ditujukan untuk menangkap hal-hal yang bersifat kausalitas. Maka dari itu dipertanyakan; Mengapa penawaran terhadap berbagai barang bekas banyak ditemukan di Batam? Siapa saja pembeli dari segi kategori pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap barang bekas pakai ini? Seperti apa proses jual beli barang bekas berlangsung di Kota Batam?

Setelah melakukan pengkodean, hasil analisis untuk populasi dalam mendapatkan sampel diperoleh sebanyak 18 sampel yang disebut menjadi responden dalam penelitian ini. Sampel berjumlah 18 orang dengan kriteria inklusi yang sudah ditentukan sebelumnya. Dua sampel mewakili setiap kecamatan dari sembilan kecamatan yang sudah tertera pada tabel sebelumnya diatas. Kecuali nama responden (hanya diberi inisial sesuai dengan permintaan responden), data-data responden bisa diperoleh ketika wawancara langsung dengan setiap responden. Lebih jelasnya pada Tabel 2 telah dilengkapi data-data responden yang terdiri dari status pekerjaan, umur, pendidikan, pendapatan, dan komitmen beli dalam jangka waktu per satu bulan.

Data pribadi responden yang ditabelkan sudah mewakili sesuai dengan kebutuhan penelitian ini diluar dari wawancara mendalam berikutnya dengan para responden.

Tabel 2 Responden Berdasarkan Pekerjaan, Umur, Pendidikan, Pendapatan, Dan Komitmen

| No | Inisial Responden | Status Pekerjaan | Umur (Thn) | Pendidikan | Pendapatan (Juta Rp) | Komitmen Beli/Bulan |
|----|-------------------|---------------------|------------|------------|----------------------|---------------------|
| 1 | TG | Pegawai BP Batam | 36 | S1 | 6 | 1-2 |
| 2 | VS | Dosen PT Swasta | 30 | S2 | 9 | 1 |
| 3 | TF | Pemilik rumah makan | 50 | SMP | 20 | 1-3 |

| | | | | | | |
|----|-----|---------------------|----|-----|----|-----|
| 4 | AO | Ibu rumah tangga | 44 | SMK | 4 | 1-2 |
| 5 | SA | Guru | 41 | S1 | 6 | 1 |
| 6 | PS | Pemilik warung | 48 | SMA | 9 | 1-3 |
| 7 | GS | Pedagang | 34 | SMA | 7 | 1-4 |
| 8 | CP | Jualan online | 42 | D3 | 5 | 3-5 |
| 9 | AN | Istri Pejabat | 50 | SMA | 12 | 1-2 |
| 10 | BM | PNS | 28 | S1 | 5 | 1-2 |
| 11 | PP | Operator manufaktur | 22 | SMU | 4 | 1 |
| 12 | LP | Manajer operasional | 37 | S1 | 7 | 1-2 |
| 13 | TRP | Pemilik salon | 45 | SMK | 10 | 1 |
| 14 | LM | PNS | 26 | S1 | 5 | 1 |
| 15 | RMM | Karyawan swasta | 24 | D3 | 4 | 1-2 |
| 16 | AIN | Tenaga Medis | 46 | D3 | 7 | 1-2 |
| 17 | CHS | Karyawan swasta | 38 | S1 | 6 | 1 |
| 18 | JTS | Pegawai PEMKO | 44 | S1 | 7 | 1 |

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti (2017)

Lokasi pembelian barang bekas pakai ini merata di jenis pasar tradisional, pasar kaget, pasar seken, dan ritel modern. Berikut adalah tabel lokasi jual beli barang bekas pakai oleh para responden beserta dengan barang yang dibeli. Dari sekian banyak lokasi penjualan barang bekas, ada satu lokasi yang paling diminati para responden yaitu Pasar Aviari, Batu Aji. Kelengkapan semua jenis barang tersedia dalam satu lokasi, seperti ketika berkunjung ke ritel modern “carrefour” tidak repot pindah-pindah ke lokasi ritel lainnya apabila menginginkan barang yang lain. Dan yang paling menguntungkan bagi pihak konsumen adalah bila Anda pandai memilih dan menawar bukan tidak mungkin mendapatkan barang bermerk dengan harga terjangkau. Kondisi keadaan barang 80 hingga 90% bagus. Sesuai dengan kondisi harga barang ditentukan dan ditambah dengan kelihaian konsumen dalam tawar menawar.



Situasi pasar barang bekas ini semakin ramai setiap harinya seperti yang terlihat pada Gambar 2 tidak mengherankan karena pemerintah setempat ikut ambil andil dalam

memajukan pasar barang bekas pakai. "Ini kita lakukan untuk mendukung program Pemerintah Kota (Pemkot) Batam yang terus mencari peluang untuk mendatangkan wisatawan mancanegara (wisman) sebanyak mungkin ke Batam, termasuk dengan daya tarik pasar ini," ujar Camat Batu Aji, Fridkalter. Bahkan beliau menambahkan, Batam perlu *benchmarking* terhadap Thailand, yang mampu menghidupkan Pasar Chatuchak. Pasar tradisionalnya menjadi destinasi wisata untuk belanja murah. Chatuchak atau 'Jatujak', adalah pasar terbesar di dunia. Pasar ini diperkirakan dikunjungi sekitar 400 ribu orang setiap akhir pekan. Chatuchak memang hanya buka pada Sabtu dan Minggu, yang dimulai sekitar pukul delapan sampai dengan enam sore. Pokoknya, pembeli yang datang bisa memilih sepuas-puasnya barang-barang di pasar ini. Soal harga, pengunjung bisa memainkan kepandaiannya dalam tawar-menawar harga dengan pedagang. Berikut Gambar 3 contoh dari keragaman barang bekas yang juga diperjualbelikan di pasar tradisional.



Gambar 3 Barang bekas handphone dan Jam Tangan di Pasar Jodoh

Jenis barang bekas yang sering masuk dalam komitmen beli responden sesuai dengan urutan mulai dari yang pertama adalah barang elektronik (hand phone, televisi, tape recorder, komputer, nintendo switch, vacuum cleaner, rice cooker, kulkas, mesin cuci, dan lainnya), pakaian (jas, blazer, baju jeans, rok, pakaian anak-anak, sprai, gorden, handuk, dan semua jenis kain lainnya), tas, sepatu, aksesoris kecantikan (pernak pernik aksesoris rambut, wajah, dan lainnya), perlengkapan dapur (semua jenis perlengkapan dapur), furniture (semua jenis furniture hingga lukisan), mainan anak-anak (semua jenis mainan anak), buku (jenisnya terbatas dan lebih didominasi buku anak-anak), dan alat tulis kantor.

Arti semua ini adalah bahwa perilaku pembelian konsumen pada barang bekas pakai ini juga dipengaruhi oleh perilaku pembelian kompleks, perilaku pembelian ketidaknyamanan, perilaku pembelian kebiasaan, dan perilaku pembelian mencari keragaman (Kotler dan Armstrong, 2008)

Tabel 3 Lokasi dan Jenis Barang Bekas Dalam Komitmen Beli Konsumen

| No | Lokasi | Jenis Barang yang Dibeli | Kecamatan |
|----|--------------------------------------|--------------------------------------------------|------------|
| 1 | Pasar Seken Aviari | Pakaian, Tas, Perlengkapan dapur, furniture, | Batu Aji |
| 2 | Pasar Seken Jodoh | Elektronik, Pakaian | Batu Ampar |
| 3 | Pasar Tradisional Sagulung | Elektronik, Pernak-Pernik Hiasan, Mainan anak | Sagulung |
| 4 | Komplek Pertokoan Tanjung Uncang | Elektronik, Sepatu | Sagulung |
| 5 | Panbil Mall | Elektronik | Sei Beduk |
| 6 | Mega Mall Batam Center | Elektronik | Batam Kota |
| 7 | Pasar Botania/ Taras Plaza | Elektronik | Batam Kota |
| 8 | BCS Mall | Elektronik | Lubuk Baja |
| 9 | Nagoya Hill | Elektronik | Lubuk Baja |
| 10 | Ramayana Komplek Jodoh | Elektronik | Batu Ampar |
| 11 | Pasar Tradisional Nongsa | Pakaian, Elektronik | Nongsa |
| 12 | Pertokoan Nongsa | Elektronik | Nongsa |
| 13 | Top 100 Tembesi | Elektronik | Batu Aji |
| 14 | Pasar Tradisional Sei Beduk | Pakaian, Tas, Sepatu | Sei Beduk |
| 15 | Pasar Tradisional Sekupang | Pakaian, Tas, Sepatu | Sekupang |
| 16 | STC Mall | Elektronik | Sekupang |
| 17 | Pasar Seken Bengkong/Shopping Center | Pakaian, Elektronik, Sepatu Aksesoris kecantikan | Bengkong |
| 18 | Pasar Bengkong Harapan | Elektronik, buku, ATK | Bengkong |

Sumber: Hasil Survey Peneliti (2017)

Pembahasan

Siapa saja pembeli dari segi kategori pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap barang bekas pakai ini? Secara umum, segmen dari barang-barang bekas di Batam tidak terbatas, pada Tabel 2 tertera bahwa sampel dari sekian ratus ribu wanita di Batam mewakili hampir semua profesi. Dari segi struktur organisasi juga tidak ada perbedaan diantara pembeli, mulai dari level karyawan non manajerial hingga karyawan level top manajer. Dari status sosial di masyarakat, istri pejabat pemerintah, hingga ibu rumah tangga yang murni mengandalkan gaji suami, juga ditemukan di pasar barang bekas. Alasan dari responden ini beragam diantaranya sebagai berikut beserta dengan photo-photo ketika wawancara.

Pertanyaan : Mengapa membeli barang bekas pakai (*second hand goods*) dibanding membeli yang baru?

Jawabannya :

“Uang, lebih murah”

“Bertualang (berburu) sesuatu tiba tiba dapat barang diluar dari rencana”

“Kualitas”

“Amal, artinya Saya pilih dan beli yang terbaik untuk disumbangkan”

“Uang bisa dialihkan ke usaha lain seperti liburan, wisata kuliner, dll. (subsidi silang anggaran lain”

“Murah dan bergengsi, bisa gonta ganti dengan cepat”

“Untuk kualitas yang sama, kenapa mau bayar mahal”

“Recycle seperti handuk bekas jadi alas kaki”

“Siapa tahu dapat barang ber-merk diluar dari yang diharapkan”

“Sudah terbiasa beli barang bekas mulai ketika masih belum ke Batam”

Dalam proses pengambilan keputusan oleh konsumen sebelum dan sesudah membeli barang, melalui proses yang sama yaitu: Tahap awal dimulai dengan tahap pengenalan masalah (*problem recognition*). Konsumen akan membeli suatu produk sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapinya. Tanpa adanya pengenalan masalah yang muncul, konsumen tidak dapat menentukan produk yang akan dibeli. Tahap kedua, pencarian sumber informasi (*information source*). Setelah memahami masalah yang ada, konsumen akan termotivasi untuk mencari informasi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada melalui pencarian informasi. Proses pencarian informasi dapat berasal dari dalam memori (*internal*) dan berdasarkan pengalaman orang lain (*eksternal*). Tahap ketiga, mengevaluasi alternatif (*alternative evaluation*). Setelah



konsumen mendapat berbagai macam informasi, konsumen akan mengevaluasi alternatif yang ada untuk mengatasi permasalahan yang dihadapinyam, termasuk masalah harga dan kualitas. Tahap keempat, keputusan pembelian (*purchase decision*). Setelah konsumen mengevaluasi beberapa alternatif strategis yang ada, konsumen akan membuat keputusan pembelian. Terkadang waktu yang dibutuhkan antara membuat

keputusan pembelian dengan menciptakan pembelian yang aktual tidak sama dikarenakan adanya hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan.

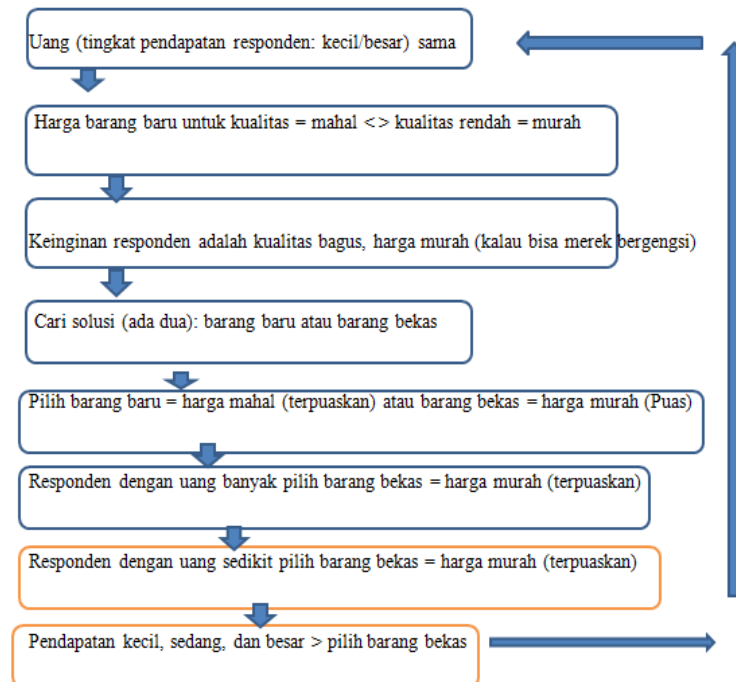
Dan tahap kelima adalah evaluasi pasca-pembelian (*post-purchase evaluation*) merupakan proses evaluasi yang dilakukan konsumen tidak hanya berakhir pada tahap pembuatan keputusan pembelian. Setelah membeli produk tersebut, konsumen akan melakukan evaluasi apakah produk tersebut sesuai dengan harapannya dalam hal ini,



Gambar 4 Kesibukan Memilih Barang Bekas Pakai

terjadi kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Proses pengambilan keputusan yang terjadi dalam membeli barang bekas setelah melewati wawancara dengan para responden, tidak jauh berbeda dari proses dasar pengambilan keputusan konsumen. Alur pengambilan keputusan konsumen dalam membeli barang bekas pakai bisa dilihat pada gambar di bawah ini.

Aktivitas beli responden terhadap barang bekas pakai pada Gambar 5 tetap dimulai dari proses pengenalan masalah dalam hal ini disebut dengan “Uang” (tingkat pendapatan) responden. Bagi semua responden, uang sedikit atau banyak, sama-sama memiliki keputusan tetap juga melakukan aktivitas beli di pasar barang bekas. Hal ini karena persepsi “barang baru dengan kualitas tinggi menuntut harga mahal dan sebaliknya barang baru dengan kualitas rendah tentu dengan harga murah”. Sementara disisi lain, responden menginginkan “kualitas tinggi dengan harga murah bahkan kalau bisa *branded*”.



Gambar 5

Tahapan proses pengambilan keputusan oleh responden membeli barang bekas

Lalu responden tiba pada pencarian solusi. Setelah melalui beberapa tahapan seperti menerima komunikasi dari mulut ke mulut, yaitu konsumen dapat berbagi informasi dengan teman tentang tawaran menarik dari sebuah produk, harga yang menarik, atau adanya potongan harga disebuah apabila beli kolektif. Konsumen sering menyebarkan kesannya tentang sebuah yang baru. Muncul dua pilihan “Barang baru atau barang bekas pakai”. Muncullah persepsi baru bahwa “Barang baru perlu uang banyak tapi terpuaskan dan barang bekas pakai tidak perlu uang banyak tapi tetap terpuaskan”.

Dalam situasi ini, reponden dengan tingkat pendapatan sedang kebawah pilih barang bekas pakai. Responden dengan tingkat pendapatan sedang keatas pilih barang baru tetapi kalau hanya untuk pemakaian sehari hari aktivitas beli barang bekas juga berjalan.

Disisi lain, pada umumnya para responden ingin mengekspresikan bahwa secara psikologis ada kecenderungan untuk bebas dari ketidakamanan ekonomis. Konsumen merasa mempunyai persediaan yang cukup akan segala kebutuhannya. Dalam hal ini konsumen menunjukkan:

- Kecenderungan ke arah meningkatkan kekuatan fisik, yaitu menggunakan waktu yang berlebihan untuk mendapat uang yang cukup.
- Kecenderungan ke arah personalisasi, yaitu menunjukkan gaya hidup yang baru, keinginan sedikit berbeda dengan orang lain. Semua ini diekspresikan melalui produk.
- Kecenderungan ke arah kesehatan dan kesegaran fisik yaitu menjaga kesehatan secara lebih baik, melakukan diet.

- Kecenderungan ke arah bentuk baru secara materialistis yaitu status simbol baru, memiliki materi dan uang lebih banyak.
- Kecenderungan ke arah kreativitas pribadi, yaitu menggunakan kreativitasnya dengan caranya sendiri, hobi, menggunakan waktu senggangnya.
- Kecenderungan ke arah kemanfaatan bekerja, yaitu bekerja untuk mendapat upah yang lebih baik

5. SIMPULAN

Setelah melalui proses analisis data terhadap *second hand goods* di Batam, khususnya sebagai cara untuk mempertajam analisis dalam melakukan pengkodean, semua dilakukan analisis dengan maksud untuk menghidupkan data melalui penggambaran dan menghubungkan tindakan atau interaksi untuk mengetahui tahapan dan rangkaian data yang digunakan. Menghubungkan tindakan atau interaksi ini tidak hanya bertujuan untuk mengetahui urutan waktu atau kronologi suatu peristiwa melainkan yang lebih penting adalah untuk menemukan hubungan antara sebab dan akibatnya. Khususnya pada permasalahan: 1) Mengapa penawaran terhadap berbagai barang bekas banyak ditemukan di Batam? 2) Siapa saja pembeli dari segi kategori pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap barang bekas pakai ini? 3) Seperti apa proses jual beli barang bekas berlangsung di Kota Batam?

1. Mengapa penawaran terhadap berbagai barang bekas banyak ditemukan di Batam? Yang pertama sekali mendukung kehidupan *second hand goods* ini di Batam adalah pihak pemerintah kota dan pemerintah daerah setempat. Selain itu, posisi Kota Batam yang sangat strategis berdekatan dengan negara maju seperti Singapura dan Malaysia. Kehidupan penduduk negara maju
2. Siapa saja pembeli dari segi kategori pekerjaan dan tingkat pendapatan terhadap barang bekas pakai ini? Setelah tahap analisis data pribadi responden, terdapat hampir semua jenis profesi yang melakukan aktivitas beli barang bekas pakai di Batam.
3. Seperti apa proses jual beli barang bekas berlangsung di Kota Batam? Alur berlangsungnya proses jual beli barang bekas pakai di Batam, tidak ada bedanya dengan alur proses di pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Brooks, A. (2013). Geoforum Stretching global production networks : The international second-hand clothing trade. *Geoforum*, 44, 10–22. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.06.004>
- Chanthy, L., & Nitivattananon, V. (2011). Is importing second-hand products a good thing? The cases of computers and tires in Cambodia. *Environmental Impact Assessment Review*, 31(3), 187–194. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2010.05.001>
- Darghouth, M. N., & Chelbi, A. (2015). ScienceDirect Second-hand Second-hand Products Products of of of. *IFAC-PapersOnLine*, 48(3), 2158–2163. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2015.06.408>
- Ferraro, C., Sands, S., & Brace-govan, J. (2016). Journal of Retailing and Consumer Services The role of fashionability in second-hand shopping motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 262–268. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.07.006>
- Fortuna, L. M., & Diyamandoglu, V. (2016). Disposal and acquisition trends in second-

- hand products. *Journal of Cleaner Production*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.030>
- Giri, B. C., Roy, B., & Maiti, T. (2017). Multi-manufacturer pricing and quality management strategies in the presence of brand differentiation and return policy. *Computers & Industrial Engineering*. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2017.01.003>
- Herr, A., & Hottenrott, H. (2016). Higher prices, higher quality? Evidence from German nursing homes. *Health Policy*, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2016.01.008>
- Huang, A., Dawes, J., Lockshin, L., & Greenacre, L. (2017). Journal of Retailing and Consumer Services Consumer response to price changes in higher-priced brands. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39(June), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.06.009>
- Huei, R., Lo, H., & Yu, R. (2011). Computers & Industrial Engineering A study of maintenance policies for second-hand products. *Computers & Industrial Engineering*, 60(3), 438–444. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2010.07.033>
- John W. Creswell. (2013). *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset* (3rd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kogan, K. (2011). Second-Hand Markets and Intrasupply Chain Competition. *Journal of Retailing*, 87(4), 489–501. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2011.10.001>
- Liu, C. S., & Lee, T. (2016). Journal of Air Transport Management Service quality and price perception of service : In fl uence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007>
- Mallick, S., & Marques, H. (2016). China Economic Review Does quality differentiation matter in exporters â€™ pricing behaviour ? Comparing China and India. *China Economic Review*, 40, 71–90. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2016.06.001>
- Martin, D. (2017). Games and Economic Behavior Strategic pricing with rational inattention to quality ☆. *Games and Economic Behavior*, 104, 131–145. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2017.03.007>
- Monroe, K. . (2003). *Pricing: Making Profitable Decisions*. New York, NY.: McGraw-Hill.
- Murthy, D. N. P. (2000). Warranty Cost Analysis for Second-Hand Products, 7177(0).
- Nisa Ul Karimah dan Syafrizal, D., & Si, M. (2013). No Title.
- Nomor, V., Bekas, B., Tk, D. I., & Bima, K. (2015). Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat, 2(November), 215–225.
- Norris, L. (2015). Geoforum The limits of ethicality in international markets : Imported second-hand clothing in India. *Geoforum*, 67, 183–193. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.06.003>
- Olbrich, R., Christian, H., & Hundt, M. (2016). Journal of Retailing and Consumer Services Effects of pricing strategies and product quality on private label and national brand performance Switzerland Spain Great Britain Germany Portugal Belgium Austria France Netherlands Denmark Sweden Hungary Poland Finnland Slovakia Norway Czech Republic Italy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.012>
- Quemades-beltr, P., Bovea, M. D., & Victoria, P. (2017). Attitude of the stakeholders involved in the repair and second-hand sale of small household electrical and

electronic equipment : Case study in Spain n, 196, 91–99.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.02.069>
<http://lifestyle.liputan6.com/read/3069699/pasar-seken-aviari-siap-jadi-ikon-pariwisata-batam>