

**STRATEGI PERLAWANAN PEDAGANG DAN KONSUMEN
TERHADAP KEBIJAKAN LARANGAN PAKAIAN BEKAS
IMPOR DI XT SQUARE YOGYAKARTA**



UIN

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi

Disusun Oleh:

DIMAS FADHLURRAHMAN ASY'ARI

NIM. 19107020079

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2025



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-5154/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2025

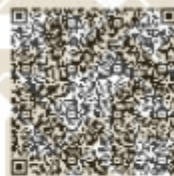
Tugas Akhir dengan judul : Strategi Perlawanan Pedagang dan Konsumen Terhadap Kebijakan Larangan Pakaian Bekas Impor di XT Square Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIMAS FADHLURRAHMAN ASYARI
Nomor Induk Mahasiswa : 19107020079
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

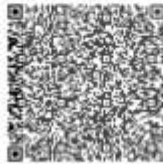
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Nisrina Muthahari, M.A.
SIGNED

Valid ID: 69e752938cf4



Penguji I
Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 68de9c2068411



Penguji II
Kanita Khoirun Nisa, S.Pd. MA.
SIGNED

Valid ID: 69e7440890816



Yogyakarta, 20 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 692e66e7f36d

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini,

Nama : Dimas Fadhlurrahman Asy'ari
NIM : 19107020079
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Alamat : Perumahan Cahaya Garuda Residence No.6, Bojongsari Baru,
Bojongsari, Depok Jawa Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri dan bukan hasil plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 30 Juni 2025
Yang Menyatakan,



Dimas Fadhlurrahman Asy'ari
NIM: 19107020079

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Lamp :-

Kepada
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, memeriksa, mengadakan perbaikan, saya selaku pembimbing menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Dimas Fadhlurrahman Asy'ari
NIM : 19107020079
Program Studi : Sosiologi
Judul : Kebijakan Larangan Pakaian Bekas Impor:
Analisis Persepsi Dan Dampak Sosial Ekonomi Di
Xt Square Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata satu bidang keilmuan sosiologi. Harapan saya semoga saudara tersebut dapat segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 Juni 2025
Pembimbing,



Nisrina Muthahari, M.A.
NIP. 199009042020122012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, kedua orang tua saya, teman dan sahabat-sahabat saya, orang-orang yang yang senantiasa menantikan kelulusan saya.



MOTTO

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya. Berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”

(Baskara Putra – Hindia)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Shalawat dan Salam tak lupa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW atas segala keberkahannya dalam membimbing umat manusia menuju jalan kebenaran di dunia maupun di akhirat.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan atas gelar S1 jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan skripsi ini juga tidak akan berwujud tanpa adanya bantuan dan bimbingan serta dorongan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S. Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Ui Ardaninggar Luhtitianti, M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu peneliti selama proses perkuliahan.

4. Ibu Nisrina Muthahari, M.A. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
5. Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., P.hD., selaku Dosen penguji 1 dan Ibu Kanita Khoirun Nisa, S.Pd., M.A., selaku Dosen penguji 2 skripsi yang telah memberikan masukan dan bantuan terhadap skripsi peneliti.
6. Segenap civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta fasilitas selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Mama, Bapak, dan Adik tercinta, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti sejak awal perjalanan pendidikan saya hingga terselesaikannya skripsi ini. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk cinta besar kalian.
8. Sahabat-sahabatku, Syafiq, Eden, Fahrul, Qori, Nanda, Anin, Bela, Devita, Bujang, Ilzam, Rohim, Vay, dan Muim yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan hingga terselesainya skripsi ini.
9. Teman-teman sosiologi 2019 yang telah kebersamai proses perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga
10. Keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) rayon Humaniora Park yang telah membentuk semangat juang, perspektif sosial kritis, dan nilai-nilai komitmen terhadap masyarakat. Terima kasih atas ruang belajar, diskusi, dan perjuangan yang begitu bermakna dalam proses intelektual dan spiritual penulis.

11. Syakira Wardatul Aisyi, yang selalu memberikan perhatian, doa, dan motivasi, serta dengan ketulusan dan dukungannya yang tak ternilai, menjadi sumber kekuatan penulis sepanjang perjalanan panjang menyelesaikan skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Harapannya semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai kontribusi akademik maupun sebagai refleksi sosial dari dinamika kebijakan dan ekonomi masyarakat.. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka kepada seluruh pihak akan adanya kritik, masukan, dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penelitian ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 30 Juni 2025

Penyusun,



Dimas Fadhlurrahman Asy'ari

NIM: 19107020079

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Tinjauan Pustaka	11
1.6 Landasan Teori.....	19
1.7 Metode Penelitian.....	22
1.8 Lokasi Penelitian	23
1.9 Subjek dan Objek Penelitian	23
1.11 Sumber Data	24
1.12 Metode Pengumpulan Data	24
1.13 Teknik Analisis Data	26
1.14 Sistematika Penulisan.....	26
BAB II	28
GAMBARAN UMUM	28
2.1 Profil XT Square Yogyakarta.....	28
2.2 Visi, Misi, dan Tujuan XT Square Yogyakarta.....	31
2.2.1 Visi.....	31
2.2.2 Misi	31

2.3	XT Square sebagai Pusat Thrifting di Yogyakarta.....	32
2.4	Profil Informan	33
BAB III.....		34
HASIL PENELITIAN TENTANG STRATEGI PERLAWANAN PEDAGANG DAN KONSUMEN DI XT SQUARE YOGYAKARTA.....		34
3.1	Gambaran Umum Praktik Perlawanan di XT Square	34
3.2	Bentuk-Bentuk Strategi Perlawanan Pedagang	37
3.3	Persepsi Konsumen Terhadap Pelarangan Penjualan Pakaian Bekas Impor 42	
3.4	Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Terhadap Kebijakan Pelarangan Pakaian Bekas Impor	45
3.5	Dampak Sosial Pelarangan Pakaian Bekas Impor di XT Square Yogyakarta	50
3.6	Dampak Ekonomi Pelarangan Pakaian Bekas Impor di XT Square Yogyakarta	55
BAB IV		61
ANALISIS STRATEGI PERLAWANAN JAMES C. SCOTT PEDAGANG DAN KONSUMEN DI XT SQUARE YOGYAKARTA		61
4.1	Teori <i>Everyday Resistance</i> James C. Scott.....	63
4.2	Resistensi Pedagang Pakaian Bekas Impor di XT Square.....	66
4.3	Resistensi Konsumen Pakaian Bekas Impor di XT Square.....	71
4.4	Resistensi Kultural dan Identitas Sosial	75
BAB V.....		79
PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran dan Rekomendasi	80
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		88
Transkrip Hasil Wawancara.....		90
CURICULUM VITAE.....		120

ABSTRAK

Kebijakan pelarangan impor pakaian bekas di Indonesia, yang bertujuan melindungi industri lokal dan kesehatan masyarakat, telah memicu dinamika sosial-ekonomi yang kompleks, terutama di tingkat masyarakat bawah.¹ Penelitian ini berfokus pada fenomena perlawanan sehari-hari (everyday resistance) yang dilakukan oleh pedagang dan konsumen pakaian bekas terhadap kebijakan tersebut, dengan lokasi studi kasus di XT Square Yogyakarta.¹ Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini menganalisis strategi adaptif dan perlawanan yang muncul dari kelompok subordinat sebagai respons terhadap dominasi struktural negara. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 10 informan, yang terdiri dari lima pedagang dan lima konsumen, serta observasi lapangan di XT Square.

Teori Perlawanan Sehari-hari (Everyday Resistance) dari James C. Scott digunakan untuk menginterpretasi temuan, yang menekankan bagaimana kelompok yang tidak berdaya melakukan resistensi yang bersifat tersembunyi, non-konfrontatif, dan kolektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alih-alih melakukan perlawanan terbuka, pedagang dan konsumen mengembangkan strategi yang bersifat tersembunyi dan informal. Strategi perlawanan pedagang mencakup menyembunyikan stok pakaian impor untuk menghindari razia, memanfaatkan media digital seperti WhatsApp dan Instagram untuk transaksi personal, serta membangun jaringan informal dan solidaritas antarpedagang. Sementara itu, perlawanan konsumen terwujud dalam bentuk tetap mencari akses ke pakaian bekas impor melalui jalur alternatif, didorong oleh pertimbangan ekonomi—seperti harga yang jauh lebih terjangkau—serta tren fashion dan preferensi gaya hidup yang berorientasi pada keberlanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa kebijakan negara tidak selalu diterima tanpa resistensi, melainkan memicu “titik resistensi” yang terwujud dalam praktik sosial dan ekonomi sehari-hari. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman sosiologis tentang bagaimana masyarakat kecil menggunakan “senjata kaum lemah” (weapons of the weak) untuk mempertahankan ruang hidup dan menegosiasikan relasi kuasa dengan negara.

Kata Kunci: perlawanan sehari-hari, pakaian bekas impor, ekonomi informal, XT Square Yogyakarta, James C. Sco

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri fashion global saat ini tidak hanya ditandai oleh kemunculan tren mode baru, tetapi juga oleh fenomena thrifting, yakni praktik membeli pakaian bekas dengan harga terjangkau namun tetap bernilai estetik. Fenomena ini muncul seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan (*sustainability*), pengelolaan limbah tekstil, dan keinginan memperoleh produk bermerek dengan harga murah. Di berbagai negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Jepang, pasar pakaian bekas bahkan telah menjadi bagian dari rantai industri fashion yang diakui secara formal.

Sejalan dengan itu, industri pakaian dalam skala internasional dan skala nasional terus berkembang diikuti oleh berkembangnya perdagangan untuk produk tersebut. Perdagangan merupakan salah satu sektor yang memiliki posisi dan peran yang strategis dalam meningkatkan taraf hidup dan pendapatan masyarakat. Pada mulanya hubungan perdagangan hanya terbatas pada satu wilayah negara tertentu, tetapi dengan semakin berkembangnya arus perdagangan maka hubungan dagang tersebut tidak hanya dilakukan antara para pengusaha dalam satu wilayah negara saja tetapi juga dengan para pedagang dari negara lain, salah satunya melalui kegiatan ekspor-impor. Kegiatan ini didasari oleh kondisi bahwa tidak ada suatu

negara yang benar-benar mandiri karena satu sama lain saling membutuhkan dan saling mengisi.¹

Di Indonesia, thrifting menjadi fenomena sosial-ekonomi yang tidak dapat diabaikan. Banyak konsumen, khususnya kalangan anak muda, menganggap thrifting sebagai alternatif konsumsi yang cerdas: hemat, unik, dan ramah lingkungan. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan marketplace daring berperan besar dalam mempopulerkan praktik ini. Melalui platform tersebut, muncul komunitas thrifting yang tidak hanya menjadi sarana jual-beli, tetapi juga ruang interaksi sosial berbasis minat yang sama. Komunitas ini memperkuat tren thrifting dan mendorong perkembangan bisnis pakaian bekas yang semakin profesional.²

Salah satu daya tarik thrifting adalah akses terhadap produk fashion bermerek dengan harga yang lebih terjangkau. Pakaian bekas impor dari negara maju sering dianggap memiliki kualitas lebih baik dibanding produk lokal. Konsumen merasa memperoleh keuntungan ganda: kualitas tinggi dan harga rendah. Selain itu, pakaian bekas sering kali menawarkan desain unik yang tidak lagi diproduksi di pasar ritel modern. Faktor-faktor ini menjadikan thrifting lebih dari sekadar strategi penghematan, melainkan pilihan gaya hidup yang merefleksikan identitas sosial tertentu: kreatif, hemat, dan peduli lingkungan.³

¹ Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, 2001, *Transaksi Bisnis Internasional (Ekspor-Import dan Imbal Beli)*, Jakarta: Rajawali Press, hlm. 2

² Qurrotaayun et al., "Dampak Pelarangan Impor Pakaian Bekas (Thrift) terhadap Pedagang di Indonesia", *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2024.

³ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021.

Selama dua dekade terakhir, pakaian bekas impor telah menjadi komoditas yang diminati oleh segmen konsumen yang menginginkan produk bermerek dengan harga terjangkau. Produk-produk ini tidak hanya beredar melalui pasar tradisional dan pusat perbelanjaan informal, tetapi juga merambah platform digital. Namun, popularitas thrifting membawa dampak regulatif karena pemerintah Indonesia memandang impor pakaian bekas sebagai aktivitas yang merugikan. Alasan utamanya adalah untuk melindungi industri tekstil dalam negeri yang menyerap jutaan tenaga kerja, menjaga kesehatan masyarakat dari risiko kontaminasi bakteri atau jamur, serta mencegah Indonesia menjadi tempat pembuangan limbah tekstil yang sulit dikelola.⁴ Oleh karena itu, kebijakan pelarangan impor pakaian bekas secara tegas diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Impor, yang merupakan perubahan dari Permendag Nomor 51 Tahun 2015.⁵ Regulasi ini menetapkan bahwa pakaian bekas impor termasuk dalam kategori barang yang dilarang untuk diimpor karena dinilai berpotensi merugikan ekonomi dan kesehatan masyarakat Indonesia.⁶

Kementerian Perdagangan menegaskan bahwa praktik impor pakaian bekas dapat melemahkan daya saing produk tekstil lokal. Harga pakaian bekas yang jauh lebih murah berpotensi mematikan industri konveksi dan UMKM pakaian di dalam negeri. Selain itu, aspek kesehatan

⁴ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Permendag Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Impor*.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

sering dikedepankan untuk memperkuat legitimasi kebijakan ini. Berdasarkan keterangan resmi pemerintah, pakaian bekas impor dapat membawa mikroorganisme patogen yang membahayakan konsumen, apalagi jika tidak melalui proses sterilisasi yang benar. Alasan lainnya adalah aspek lingkungan. Pakaian bekas impor berpotensi memperbesar timbunan limbah fashion di Indonesia, padahal pengelolaan limbah tekstil sudah menjadi masalah global.⁷

Meskipun alasan tersebut logis dari perspektif pemerintah, kebijakan pelarangan impor pakaian bekas menimbulkan dilema di tingkat masyarakat. Kebijakan ini memicu kontroversi karena berdampak langsung terhadap ribuan pelaku usaha thrifting dan konsumen setia mereka. Bagi pedagang, thrifting bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi sumber penghidupan utama. Banyak pedagang yang bergantung pada pasokan pakaian bekas impor untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Bagi konsumen, kebijakan ini menghilangkan akses terhadap barang yang mereka anggap bernilai tinggi dengan harga terjangkau. Dengan kata lain, kebijakan ini memunculkan konflik antara kepentingan negara dalam melindungi industri dan kepentingan masyarakat dalam mempertahankan mata pencaharian dan pilihan konsumsi⁸

Meskipun demikian, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa praktik impor pakaian bekas masih terus berlangsung dan bahkan

⁷ Paradiani, “Analisis Yuridis Dampak Regulasi Impor Pakaian Bekas terhadap Pelaku Usaha Thrifting di Kota Pontianak”, 2025.

⁸ *Ibid.*

mengalami peningkatan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat impor pakaian bekas Indonesia mencapai 26,22 ton dengan nilai US\$272.146 pada tahun 2022. Jumlah tersebut meningkat signifikan, yaitu 230,40% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 7,94 ton dengan nilai US\$44.136. Secara historis, impor pakaian bekas di Indonesia berfluktuasi selama satu dekade terakhir, dengan puncak tertinggi terjadi pada tahun 2019 yang mencapai 417,73 ton dengan nilai US\$6,08 juta. Barang ini dikategorikan dalam kode HS 63090000. Berdasarkan wilayah asalnya, impor pakaian bekas pada 2022 berasal dari 23 negara, di mana Jepang menjadi pemasok terbesar dengan 12 ton senilai US\$24.478.⁹

Gambar 1.1

Data Impor Pakaian Bekas di Indonesia (2012-2022)



Sumber: Badan Pusat Statistik 2012-2022

Salah satu lokasi yang sangat terdampak oleh kebijakan pelarangan impor pakaian bekas adalah XT Square Yogyakarta, yang dikenal sebagai

⁹ Badan Pusat Statistik (BPS), “Data Impor Pakaian Bekas Indonesia (2012–2022)”, dikutip dari dataindonesia.id

pusat perdagangan pakaian bekas terbesar di kota tersebut. Sebelum kebijakan ini diberlakukan secara ketat, XT Square merupakan destinasi utama pecinta thrifting dari berbagai daerah, dengan aktivitas ekonomi yang dinamis dan melibatkan banyak pedagang serta pembeli setiap bulannya. Namun, sejak larangan ditegakkan, banyak pedagang mengalami kesulitan memperoleh pasokan barang sehingga omzet menurun drastis. Sebagian pedagang berupaya beralih menjual pakaian lokal, tetapi langkah ini tidak sepenuhnya mampu menggantikan daya tarik pakaian bekas impor. Akibatnya, sebagian pedagang memilih strategi alternatif untuk mempertahankan usahanya, meskipun kebijakan pemerintah secara tegas melarang praktik tersebut.

Fenomena serupa juga tercermin dalam perkembangan perdagangan pakaian bekas di Yogyakarta secara umum. Meskipun jalur konvensional semakin diawasi, praktik jual beli pakaian bekas impor justru berkembang dengan cara yang lebih kreatif, seiring tingginya minat konsumen terhadap produk thrifting. Salah satu indikasinya adalah kesuksesan gelaran **Jogja Thrift Market (JTM)**. Pada April 2022 (JTM #1), nilai transaksi tercatat sebesar Rp4,6 miliar, meningkat pada September 2022 (JTM #2) menjadi Rp5,87 miliar, dan pada Desember 2022 (JTM #3) ditargetkan mencapai Rp8 miliar.¹⁰ Fakta ini menunjukkan bahwa pasar pakaian bekas tetap bertahan dan bahkan mengalami pertumbuhan, meskipun pemerintah berupaya menutup ruang impor secara formal.

¹⁰ Jogja Thrift Market, "Rekapitulasi Transaksi JTM #1–#3," 2022.

Kondisi ini tercermin secara lebih spesifik di **XT Square Yogyakarta**, pusat perdagangan pakaian bekas terbesar di kota tersebut. Sebelum kebijakan larangan diberlakukan secara ketat, XT Square dikenal sebagai destinasi utama pecinta thrifting dari berbagai daerah, dengan aktivitas ekonomi yang cukup dinamis, melibatkan banyak pedagang dan pembeli setiap bulannya. Namun, sejak kebijakan larangan diterapkan, banyak pedagang mengalami kesulitan memperoleh pasokan barang sehingga omzet menurun drastis. Sebagian pedagang berupaya beralih menjual pakaian lokal, tetapi upaya ini tidak sepenuhnya berhasil menggantikan daya tarik pakaian bekas impor. Akibatnya, sebagian pedagang mengambil langkah alternatif untuk bertahan, termasuk tetap menjual pakaian impor meskipun dilarang oleh pemerintah.

Fakta bahwa kebijakan larangan impor pakaian bekas tidak sepenuhnya dipatuhi menunjukkan adanya bentuk-bentuk perlawanan sosial dari pedagang dan konsumen. Perlawanan ini bukan dalam bentuk demonstrasi besar-besaran, melainkan berupa strategi kecil yang bersifat tersembunyi, seperti tetap menjual barang melalui jalur informal, menggunakan media sosial untuk pemasaran personal, atau memanfaatkan kode-kode tertentu agar tidak terdeteksi. Fenomena ini sejalan dengan konsep perlawanan sehari-hari (*everyday resistance*) yang dikemukakan James C. Scott. Menurut Scott, kelompok subordinat jarang melakukan perlawanan secara frontal karena risiko yang tinggi. Sebaliknya, mereka mengembangkan bentuk perlawanan yang tidak konfrontatif, seperti pura-

pura patuh, manipulasi aturan, dan praktik sembunyi-sembunyi (*hidden transcript*). Bentuk perlawanan ini sulit dideteksi karena dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, tetapi sesungguhnya merupakan bentuk resistensi terhadap dominasi kekuasaan.¹¹

Fenomena ini tidak hanya menunjukkan strategi adaptif pedagang, tetapi juga membuka perspektif bahwa kebijakan negara tidak selalu diterima tanpa resistensi. Kekuasaan bersifat relatif, dan selalu ada ruang bagi kelompok subordinat untuk mempertahankan kepentingannya. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengungkap bagaimana bentuk perlawanan tersebut terjadi, serta strategi apa saja yang dikembangkan oleh pedagang dan konsumen pakaian bekas impor di XT Square Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi perlawanan yang dilakukan oleh pedagang dan konsumen terhadap kebijakan larangan pakaian bekas impor di XT Square Yogyakarta?”

¹¹ James C. Scott, *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*, Yale University Press, 1985

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi strategi perlawanan yang diterapkan oleh pedagang pakaian bekas dalam menghadapi kebijakan larangan impor di XT Square Yogyakarta.
2. Menganalisis strategi perlawanan yang dijalankan oleh konsumen pakaian bekas sebagai respons terhadap kebijakan pelarangan impor di XT Square Yogyakarta.
3. Menilai dampak sosial dan ekonomi kebijakan larangan impor pakaian bekas terhadap pelaku usaha dan konsumen di XT Square Yogyakarta.
4. Mengeksplorasi bentuk-bentuk perlawanan sehari-hari (*everyday resistance*) yang muncul di kalangan pedagang dan konsumen dalam merespons kebijakan pelarangan impor pakaian bekas.
5. Menyusun rekomendasi kebijakan yang berbasis analisis empiris guna mengakomodasi kepentingan pedagang, konsumen, dan keberlanjutan industri tekstil lokal di Yogyakarta.

Dengan tujuan-tujuan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi perlawanan pedagang dan konsumen terhadap kebijakan larangan impor pakaian bekas di XT Square Yogyakarta, sekaligus menilai dampak sosial dan ekonomi dari kebijakan tersebut, serta memperkaya perspektif sosiologis tentang bentuk-bentuk perlawanan sehari-hari (*everyday resistance*) dalam konteks perdagangan informal dan perilaku adaptif masyarakat terhadap regulasi pemerintah.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman sosiologis mengenai interaksi antara kebijakan publik dan praktik sosial masyarakat, khususnya terkait strategi perlawanan pedagang dan konsumen di sektor informal terhadap larangan impor pakaian bekas. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris mengenai penerapan konsep *everyday resistance* (perlawanan sehari-hari) sebagai bentuk adaptasi dan resistensi yang muncul dalam dinamika sosial-ekonomi lokal.¹² Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi studi sosiologi selanjutnya yang menelaah hubungan antara kekuasaan, regulasi pemerintah, dan praktik sosial masyarakat, sehingga berkontribusi pada pengembangan teori perlawanan dan pemahaman tentang strategi sosial dalam menghadapi dominasi struktural.¹³

2. Manfaat Praktis

¹² James C. Scott, *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance* (New Haven: Yale University Press, 1985).

¹³ James C. Scott, *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts* (New Haven: Yale University Press, 1990).

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat praktis bagi beberapa pihak. Pertama, bagi pemerintah dan pembuat kebijakan, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan regulasi yang lebih responsif terhadap kondisi sosial-ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha dan konsumen di sektor informal, serta mendukung keberlanjutan industri tekstil lokal. Kedua, bagi pedagang dan konsumen pakaian bekas, penelitian ini dapat memberikan panduan terkait strategi adaptif dan perlawanan yang sah dalam menghadapi kebijakan larangan impor, sehingga mereka tetap dapat mempertahankan mata pencaharian dan akses terhadap produk thrifting secara legal dan berkelanjutan. Ketiga, bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini menyediakan studi kasus empiris yang dapat digunakan untuk menelaah dinamika interaksi antara kebijakan publik, perilaku konsumen, dan strategi adaptasi pedagang di pasar informal, khususnya dalam konteks fenomena thrifting.

1.5 Tinjauan Pustaka

Pada dasarnya, suatu penelitian membutuhkan dukungan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang masih relevan dengan fokus kajian. Kebijakan larangan impor dan penjualan pakaian bekas di Yogyakarta, khususnya di XT Square, merupakan regulasi yang memiliki implikasi sosial, ekonomi, dan budaya yang signifikan bagi pedagang maupun konsumen. Dalam tinjauan pustaka ini, akan disajikan beberapa penelitian

terdahulu yang terkait untuk memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai fenomena ini dari perspektif sosiologis dan ekonomi informal. Oleh karena itu, untuk mendukung skripsi yang berjudul “Strategi Perlawanan Pedagang dan Konsumen terhadap Kebijakan Larangan Pakaian Bekas Impor di XT Square Yogyakarta”, penulis telah merangkum berbagai literatur yang relevan sebagai bahan rujukan, baik berupa skripsi maupun artikel ilmiah, yang menjadi dasar analisis strategi perlawanan dan adaptasi masyarakat terhadap regulasi tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu menyoroti berbagai aspek perdagangan pakaian bekas dan strategi pedagang. Sinta Agustiana (2022) meneliti strategi bertahan pedagang thrifting di Kota Metro dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, dengan menekankan aspek etika bisnis Islam sebagai landasan normatif. Penelitian ini menjelaskan bahwa pedagang menerapkan strategi adaptif multidimensional, termasuk diversifikasi produk, promosi kreatif melalui media sosial, pengelolaan stok, dan pembangunan jaringan komunitas konsumen, sehingga mampu mempertahankan usaha sekaligus membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, pedagang memperhatikan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab terhadap konsumen sebagai bagian dari praktik etis yang mendukung keberlanjutan usaha. Kesimpulannya, strategi bertahan pedagang thrifting tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial dan normatif, mencerminkan bentuk adaptasi sehari-hari (*everyday resistance*) dalam menghadapi tekanan persaingan pasar, sekaligus

menunjukkan bahwa integrasi strategi bisnis dengan prinsip etika dapat memperkuat keberlangsungan usaha dalam konteks sosial-ekonomi yang dinamis.¹⁴

Selanjutnya, Miranti Mangamba (2021) meneliti strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang pakaian bekas (cabok) di Pasar Karombasan untuk meningkatkan pendapatan usaha dengan perspektif hukum Islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar tetap sesuai prinsip syariah, seperti kejujuran dalam penetapan harga, transparansi kualitas produk, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Strategi tersebut meliputi promosi kreatif, pengelolaan stok yang efisien, serta pembangunan hubungan interpersonal dengan konsumen agar loyalitas tetap terjaga. Secara sosiologis, tindakan pedagang ini dapat dipandang sebagai bentuk adaptasi sosial terhadap tekanan pasar dan regulasi, sekaligus implementasi etika normatif yang mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.¹⁵

Selanjutnya, Ayu Fadilla Alam. (2022). Meneliti strategi pemasaran pedagang pakaian bekas impor di Kota Kendari dengan fokus pada peningkatan pendapatan usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang memanfaatkan strategi pemasaran berbasis kualitas produk dan harga kompetitif, serta menyesuaikan penawaran dengan preferensi

¹⁴ Agustiana, S. (2022). *Strategi Bertahan Pedagang Thrifting Kota Metro dalam Persaingan Bisnis Thrifting dan Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

¹⁵ Mangamba, M. (2021). *Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam di Pasar Karombasan*. Institut Agama Islam Negeri Manado.

konsumen lokal. Strategi tersebut mencakup pemilihan produk yang diminati pasar, penetapan harga yang seimbang antara daya beli konsumen dan nilai barang, serta penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Secara sosiologis, strategi ini mencerminkan bentuk adaptasi pedagang terhadap dinamika pasar dan tekanan persaingan, sekaligus menjaga loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha dalam konteks ekonomi lokal yang kompetitif.¹⁶

Selanjutnya, Nilla Sintia (2022) meneliti strategi pemasaran bisnis pakaian *preloved* di Kota Palangka Raya, dengan fokus pada upaya peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang memanfaatkan kombinasi strategi promosi online dan offline, seleksi produk yang sesuai tren, serta penetapan harga yang kompetitif. Selain itu, pembangunan komunitas konsumen melalui media sosial menjadi salah satu strategi kunci untuk memperkuat hubungan interpersonal dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dari perspektif sosiologis, strategi ini mencerminkan adaptasi pedagang terhadap dinamika pasar dan interaksi sosial, sekaligus menegaskan pentingnya integrasi aspek ekonomi dan sosial dalam praktik bisnis pakaian bekas.¹⁷

Berikutnya, skripsi dari Muflihah (2022) meneliti strategi pemasaran dalam jual beli busana thrift untuk meningkatkan penjualan di Thrift Shop Mesih Kanggo, Purwokerto. Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang

¹⁶ Alam, A. F. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Pakaian Bekas Impor di Kota Kendari*. Institut Agama Islam Negeri Kendari.

¹⁷ Sintia, N. (2022). *Strategi Pemasaran Bisnis Pakaian Preloved di Kota Palangka Raya*. Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.

menerapkan strategi pemasaran yang meliputi pemilihan produk sesuai tren dan preferensi konsumen, penetapan harga kompetitif, serta promosi melalui media sosial dan komunitas lokal. Strategi ini juga menekankan pentingnya interaksi sosial dengan konsumen untuk membangun loyalitas dan memperkuat reputasi usaha. Dari perspektif sosiologis, praktik ini mencerminkan bentuk adaptasi pedagang terhadap tekanan persaingan pasar dan kebutuhan konsumen, sekaligus menunjukkan integrasi aspek ekonomi, sosial, dan kultural dalam strategi bertahan bisnis thrift.¹⁸

Ardianto (2023) dalam artikelnya di *Perspektif: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, meneliti penerapan teori pemasaran dalam kebijakan publik di negara berkembang, dengan fokus pada strategi untuk meningkatkan efektivitas dan penerimaan kebijakan oleh masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip pemasaran, seperti segmentasi, penyesuaian pesan, dan komunikasi yang efektif, dapat digunakan untuk mempengaruhi perilaku publik dan mendorong partisipasi aktif masyarakat. Dari perspektif sosiologis, pendekatan ini menekankan pentingnya interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam implementasi kebijakan, serta bagaimana strategi komunikasi dan pemasaran dapat meminimalkan resistensi sosial terhadap regulasi baru.¹⁹

Mansiz, Agall, dan Putra (2023) meneliti dinamika perlindungan konsumen di Indonesia, dengan fokus pada tantangan dan strategi yang

¹⁸ Mufliah. (2022). *Strategi Pemasaran dalam Jual Beli Busana Thrift untuk Meningkatkan Penjualan Thrift Shop Mesih Kanggo di Purwokerto*. Universitas Islam Negeri Purwokerto.

¹⁹ Ardianto, E. (2023). Penerapan Teori Pemasaran dalam Kebijakan Publik di Negara Berkembang. *Perspektif: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 15(2), 137-151.

diterapkan dalam praktik nyata. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun regulasi perlindungan konsumen telah ada, implementasinya sering menghadapi kendala seperti keterbatasan sosialisasi, rendahnya kesadaran konsumen, dan kurangnya pengawasan. Untuk mengatasi hal ini, strategi yang digunakan meliputi edukasi konsumen, komunikasi aktif melalui media sosial, dan kolaborasi antara pelaku usaha dan lembaga pengawas. Dari perspektif sosiologis, temuan ini menunjukkan interaksi kompleks antara regulasi, perilaku konsumen, dan strategi adaptasi pelaku usaha, yang relevan untuk memahami resistensi atau penerimaan masyarakat terhadap kebijakan tertentu.²⁰

Selanjutnya, Bowo (2023) dalam penelitiannya yang diterbitkan di *Aliansi: Jurnal Ilmu Pemerintahan* membahas strategi pengelolaan kebijakan untuk meningkatkan pelayanan publik dengan fokus pada partisipasi masyarakat dan evaluasi kebijakan. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi kebijakan sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat, komunikasi yang efektif, dan mekanisme evaluasi yang transparan. Strategi ini meliputi konsultasi publik, sosialisasi program melalui berbagai media, serta pengumpulan umpan balik untuk menyesuaikan kebijakan dengan kebutuhan masyarakat. Dari perspektif sosiologis, temuan ini menekankan bahwa adaptasi kebijakan publik bukan hanya proses administratif, tetapi juga interaksi sosial yang melibatkan

²⁰ Mansiz, I., Agall, M., & Putra, Z. A. (2023). Dinamika Perlindungan Konsumen: Tantangan dan Strategi dalam Praktik Nyata di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 9(1), 117-130.

negosiasi antara otoritas dan masyarakat, sehingga relevan dalam memahami resistensi maupun kepatuhan masyarakat terhadap regulasi.²¹

Ilham dan Putra (2023) meneliti pengaruh kualitas layanan, kebijakan publik, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam konteks bisnis pakaian bekas di Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan yang baik dan kepatuhan terhadap kebijakan publik meningkatkan kepuasan pelanggan, yang selanjutnya memperkuat loyalitas konsumen. Selain itu, penggunaan strategi komunikasi yang efektif dan penyesuaian produk sesuai kebutuhan konsumen menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas. Dari perspektif sosiologis, temuan ini menunjukkan bahwa interaksi antara regulasi pemerintah, perilaku pedagang, dan preferensi konsumen membentuk dinamika sosial-ekonomi dalam pasar pakaian bekas, serta mencerminkan adaptasi pelaku usaha terhadap tekanan regulasi dan persaingan pasar.²²

Kemudian, Sururi (2023) menekankan inovasi kebijakan publik dari perspektif konseptual dan empiris, dengan fokus pada bagaimana kebijakan yang inovatif dapat meningkatkan efektivitas pemerintah dan respons masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi kebijakan mencakup penyesuaian strategi regulasi, penerapan teknologi informasi, serta partisipasi masyarakat dalam proses perumusan dan evaluasi

²¹ Bowo, F. A. (2023). Strategi Pengelolaan Kebijakan untuk Meningkatkan Pelayanan Publik: Fokus pada Partisipasi Masyarakat dan Evaluasi Kebijakan. *Aliansi: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 11(1), 45-58.

²² Ilham, M., & Putra, Z. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Bisnis Pakaian Bekas di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 5(2), 183-197.

kebijakan. Dari perspektif sosiologis, hal ini menekankan pentingnya interaksi sosial antara pemerintah dan masyarakat, di mana adaptasi dan inovasi kebijakan publik dapat meminimalkan resistensi serta meningkatkan kepatuhan masyarakat terhadap regulasi. Temuan ini relevan untuk memahami bagaimana pedagang dan konsumen menyesuaikan diri terhadap regulasi yang membatasi perdagangan pakaian bekas, sekaligus membuka ruang bagi strategi perlawanan atau adaptasi sehari-hari.²³

Berdasarkan tinjauan literatur, penelitian sebelumnya menitikberatkan pada strategi pemasaran, peningkatan penjualan, loyalitas konsumen, etika bisnis, kualitas layanan, dan inovasi kebijakan publik (Agustiana, 2022; Mangamba, 2021; Alam, 2022; Sintia, 2022; Mufliah, 2022; Bowo, 2023; Ilham & Putra, 2023; Sururi, 2023; Ardianto, 2023; Mansiz et al., 2023). Namun, penelitian-penelitian tersebut belum menelaah secara spesifik strategi perlawanan pedagang dan konsumen terhadap kebijakan larangan impor pakaian bekas, terutama yang bersifat tersembunyi dan adaptif di pasar informal. Selain itu, sebagian besar studi menggunakan teori pemasaran, ekonomi Islam, atau kebijakan publik, sedangkan penelitian ini memanfaatkan teori everyday resistance dari James C. Scott untuk menganalisis bentuk perlawanan sehari-hari. Dari sisi metodologi dan lokasi, literatur sebelumnya belum menekankan eksplorasi kualitatif di XT Square Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini

²³ Sururi, A. (2023). Inovasi Kebijakan Publik: Tinjauan Konseptual dan Empiris. *Sawala: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 8(1), 23-35.

mengisi kesenjangan ilmiah dengan menyoroti adaptasi pedagang dan konsumen serta dampak sosial-ekonomi dari perlawanan terhadap regulasi pemerintah, memberikan kontribusi empiris dan sosiologis yang lebih spesifik.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Teori Perlawanan Sehari-hari (Everyday Resistance) – James C. Scott

Konsep perlawanan sehari-hari (*everyday resistance*) diperkenalkan oleh James C. Scott sebagai cara memahami bentuk-bentuk resistensi yang dilakukan kelompok subordinat terhadap kekuasaan atau dominasi yang menindas, namun dilakukan secara terselubung dan tidak formal. Scott menekankan bahwa kelompok subordinat jarang melakukan perlawanan terbuka karena risiko represif yang tinggi. Sebaliknya, mereka cenderung menggunakan strategi-strategi kecil, rutin, dan tersembunyi untuk mengekspresikan ketidakpuasan, mempertahankan martabat, serta melemahkan kontrol pihak berkuasa.^{24 25}

Konsep ini menekankan bahwa perlawanan tidak selalu muncul dalam bentuk demonstrasi besar atau protes publik. Tindakan sehari-hari yang tampak sepele, seperti pengabaian

²⁴ James C. Scott, *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance* (New Haven: Yale University Press, 1985), hlm. 29–35.

²⁵ James C. Scott, *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts* (New Haven: Yale University Press, 1990), hlm. 4–6.

perintah, sabotase ringan, atau sindiran terselubung, dapat menjadi instrumen penting untuk mempertahankan otonomi dan harga diri kelompok subordinat.²⁶ Scott menamakan strategi ini sebagai *weapons of the weak*, yakni “senjata” yang digunakan kaum lemah untuk menghadapi dominasi sosial, ekonomi, maupun politik.²⁷

Scott mengidentifikasi beberapa karakteristik utama dari perlawanan sehari-hari yang membedakannya dari bentuk resistensi formal:

- 1) Tersembunyi (Hidden) – Tindakan dilakukan secara diam-diam untuk menghindari hukuman atau represi dari pihak berkuasa. Contohnya adalah memanipulasi laporan kerja atau mengabaikan instruksi tanpa terdeteksi.
- 2) Fragmentaris (Fragmented) – Dilakukan secara individu atau kelompok kecil tanpa koordinasi formal, sehingga sulit dideteksi dan dikendalikan.
- 3) Simbolik dan Praktis (Symbolic and Practical) – Bentuk perlawanan bisa berupa tanda simbolik ketidakpuasan atau tindakan nyata yang berdampak pada pihak yang berkuasa.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

- 4) Rutin dan Berulang (Routine and Everyday) – Tindakan ini dilakukan dalam aktivitas sehari-hari, bukan sebagai momen protes tunggal, sehingga memiliki kontinuitas.²⁸

Dalam konteks agraria tradisional, Scott menemukan bahwa petani di Asia Tenggara menggunakan strategi seperti menunda pembayaran pajak, bekerja lebih lambat, atau menyebarkan gosip untuk melemahkan kontrol tuan tanah tanpa memicu konflik terbuka.²⁹ Praktik-praktik tersebut menunjukkan bagaimana kelompok subordinat memanfaatkan kesempatan kecil dalam kehidupan sehari-hari untuk mempertahankan otonomi.

Perlawanan sehari-hari memiliki fungsi yang penting dalam dinamika sosial. Pertama, tindakan ini membantu individu mempertahankan martabat dan rasa kontrol atas hidupnya meskipun berada dalam subordinasi. Kedua, strategi tersembunyi dapat menimbulkan kerugian ekonomi atau operasional bagi pihak berkuasa, sehingga mengurangi ketergantungan pada dominasi. Ketiga, efek kumulatif dari berbagai tindakan kecil dapat mendorong perubahan sosial secara lambat tanpa menimbulkan konflik terbuka³⁰

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

Perlawanan sehari-hari memiliki fungsi yang penting dalam dinamika sosial. Pertama, tindakan ini membantu individu mempertahankan martabat dan rasa kontrol atas hidupnya meskipun berada dalam subordinasi. Kedua, strategi tersembunyi dapat menimbulkan kerugian ekonomi atau operasional bagi pihak berkuasa, sehingga mengurangi ketergantungan pada dominasi. Ketiga, efek kumulatif dari berbagai tindakan kecil dapat mendorong perubahan sosial secara lambat tanpa menimbulkan konflik terbuka.

Fungsi-fungsi ini menegaskan bahwa perlawanan sehari-hari merupakan mekanisme adaptasi sekaligus sarana ekspresi ketidakpuasan sosial yang efektif. Scott menekankan bahwa perlawanan semacam ini tidak selalu tercatat dalam sejarah resmi, namun tetap memiliki dampak signifikan dalam mengubah struktur sosial dan distribusi kekuasaan.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui perspektif subjek penelitian. Studi kasus digunakan agar peneliti dapat mengeksplorasi secara komprehensif strategi perlawanan

pedagang dan konsumen terhadap kebijakan larangan impor pakaian bekas di XT Square Yogyakarta.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas sosial yang kompleks, interaksi antaraktor, serta dinamika resistensi yang tidak selalu tampak di permukaan. Menurut Moleong, penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena secara holistik dalam konteks alamiah, melalui interpretasi terhadap makna yang dimiliki subjek penelitian.³¹

1.8 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di XT Square Yogyakarta, yang berlokasi di Jl. Veteran No.150-151, Pandeyan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat perdagangan pakaian bekas terbesar di Yogyakarta, sehingga menjadi lokasi strategis untuk meneliti fenomena perlawanan terhadap kebijakan pelarangan impor pakaian bekas.

1.9 Subjek dan Objek Penelitian

- Subjek Penelitian : Pedagang pakaian bekas impor dan konsumen di XT Square Yogyakarta.
- Objek Penelitian : Strategi perlawanan yang dilakukan pedagang dan konsumen terhadap kebijakan pelarangan impor pakaian bekas.

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 6.

1.10 Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik penentuan informan dengan metode *purposive sampling* melibatkan pemilihan individu yang dianggap paling relevan atau memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian.

Dalam teknik ini, peneliti secara sadar memilih informan berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap penting dalam konteks penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan informasi yang kaya dan mendalam dari individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau wawasan khusus yang dapat berkontribusi pada pemahaman dan jawaban terhadap pertanyaan penelitian.

1.11 Sumber Data

Data merupakan segala hal yang menyangkut informasi mengenai variabel yang akan diteliti. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni data primer dan sekunder. Data primer dari wawancara mendalam dengan informan, sementara data sekunder berasal dari buku dan jurnal-jurnal media massa terpercaya.

1.12 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan guna

memperoleh data tambahan yang nantinya akan mendukung dan memperkuat data primer.

Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan serta dampak yang diterima oleh pedagang maupun pembeli terkait pelarangan penjualan pakaian bekas impor. Observasi dilakukan pada tanggal 15 sampai 18 November 2023 di XT Square Yogyakarta.

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam dari para informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait topik penelitian. Informan dalam wawancara ini meliputi para pedagang pakaian bekas impor, dan pembeli. Wawancara dilakukan secara langsung dan semi-terstruktur, dengan panduan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan secara bebas dan detail sesuai dengan pengalaman mereka masing-masing. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 20 sampai 23 November 2023. Hasil wawancara ini menjadi sumber data utama dalam memahami persepsi, tanggapan, serta dampak sosial ekonomi dari pelarangan penjualan pakaian bekas impor.

Sementara itu, dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data pelengkap dari penelitian ini. Dokumentasi pada penelitian ini dapat berupa foto dan video yang diperoleh saat observasi, serta rekaman suara saat proses wawancara.

1.13 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang telah dihasilkan secara sistematis. Adapun data yang dianalisis merupakan hasil dari wawancara mendalam dan observasi. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, di antaranya:

- a. Reduksi data, merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul di lapangan.
- b. Penyajian data, yaitu proses penyajian data yang telah diperoleh kemudian berhasil diidentifikasi dan dikategorisasikan. Pada bagian ini, data akan disajikan dengan mengaitkan antara satu kategori dengan kategori lainnya.
- c. Penarikan kesimpulan, merupakan tahap mencari arti dari keteraturan, pola, penjelasan, dan konfigurasi yang mungkin memiliki hubungan sebab akibat dan proposisi

1.14 Sistematika Penulisan

Dalam rangka memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka disusun sistematika sebagai berikut:

Bab I merupakan bagian pendahuluan yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, sekaligus sistematika pembahasan.

Bab II merupakan gambaran umum mengenai lokasi penelitian yakni XT Square Yogyakarta dan profil informan.

Bab III merupakan bagian yang berisi data-data yang diperoleh selama proses penelitian dan telah melalui proses reduksi, sehingga data yang disajikan hanyalah data yang relevan dengan topik penelitian.

Bab IV merupakan bagian analisis dan pembahasan, dimana data temuan di lapangan yang telah disajikan akan dianalisis menggunakan teori yang telah dipilih.

Bab V merupakan bagian penutup yang nantinya akan memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang dihasilkan nantinya akan berusaha menjawab rumusan masalah. Sementara saran dan rekomendasi diberikan untuk peneliti selanjutnya.

Bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kebijakan pelarangan pakaian bekas impor di XT Square Yogyakarta, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. **Strategi perlawanan pedagang dan konsumen** cenderung muncul dalam bentuk *everyday resistance* sebagaimana dikemukakan James C. Scott. Pedagang tidak melakukan protes terbuka, tetapi memilih jalur tersembunyi seperti menyembunyikan stok, memakai media sosial untuk transaksi, menggunakan istilah alternatif seperti *preloved*, hingga membangun jaringan solidaritas antar pedagang. Konsumen pun menunjukkan resistensi dengan tetap mencari akses barang impor melalui jalur informal, event thrift, atau pesanan personal.
2. **Persepsi konsumen** terhadap kebijakan larangan dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tren fashion, dan identitas budaya. Mayoritas konsumen merasa dirugikan karena kehilangan akses terhadap barang murah dan unik, meski ada sebagian kecil yang memahami logika pemerintah melindungi industri lokal.
3. **Dampak sosial-ekonomi** dirasakan langsung oleh pedagang yang omzetnya menurun drastis hingga lebih dari 50%. Namun, kebijakan ini juga membuka ruang peluang bagi produsen lokal untuk masuk ke pasar yang selama ini dikuasai pakaian bekas impor. Dari sisi sosial,

resistensi ini memperkuat solidaritas komunitas pedagang–konsumen di XT Square.

4. **Secara teoretis**, penelitian ini menegaskan relevansi teori James C. Scott bahwa perlawanan sehari-hari merupakan bentuk resistensi efektif bagi kelompok subordinat ketika berhadapan dengan dominasi negara.

Dengan demikian, kebijakan pelarangan pakaian bekas impor bukan hanya sekadar isu ekonomi, melainkan juga dinamika sosial yang memperlihatkan tarik-menarik kepentingan antara negara, pedagang, konsumen, dan industri tekstil lokal.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Temuan ini menegaskan bahwa kebijakan publik yang bersifat *top-down* berpotensi menciptakan gesekan dengan realitas sosial di tingkat masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dan multilateral agar kebijakan yang dibuat dapat mengakomodasi kepentingan semua pihak.

- 2) Bagi Pemerintah

- 3) Melakukan Dialog Partisipatif: Pemerintah perlu mengadakan dialog dan konsultasi publik yang tulus dengan para pelaku usaha dan komunitas *thriftling* sebelum merumuskan atau memperketat kebijakan. Partisipasi mereka dapat memberikan masukan yang lebih realistis dan solutif.

4) Fasilitasi Alih Usaha: Memberikan solusi konkret bagi pedagang terdampak, seperti fasilitasi permodalan, pelatihan untuk diversifikasi usaha ke produk lokal berkualitas, atau pengembangan bisnis kreatif seperti *upcycling fashion* dan perbaikan pakaian.

5) Kajian Ulang Regulasi: Mengkaji ulang kebijakan pelarangan total dan mempertimbangkan regulasi yang lebih fleksibel, seperti standarisasi dan sertifikasi pakaian bekas impor untuk menjamin higienitas, alih-alih pelarangan total. Dengan demikian, aspek kesehatan dapat tetap terjaga tanpa harus mematikan mata pencarian ribuan pedagang

6) Bagi Pedagang

1) Penguatan Organisasi: Disarankan untuk membentuk koperasi atau asosiasi pedagang yang dapat memediasi komunikasi dengan pemerintah dan memperkuat posisi tawar mereka dalam menghadapi regulasi.

2) Inovasi Berkelanjutan: Terus berinovasi dan memanfaatkan media digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam, serta mengintegrasikan nilai tambah seperti perbaikan dan penataan ulang produk (*upcycling*).

7) Bagi Konsumen

1) Kesadaran Higienitas: Konsumen tetap perlu mempertimbangkan aspek higienitas dan keberlanjutan dalam

konsumsi pakaian, baik impor maupun lokal. Mencuci pakaian bekas dengan benar adalah langkah penting untuk meminimalisir risiko kesehatan.

2) Dukungan Produk Lokal: Mendorong masyarakat untuk mengapresiasi dan mendukung produk lokal yang berkualitas, sehingga tercipta ekosistem ekonomi yang sehat dan berkeadilan bagi semua pihak.

8) Bagi Peneliti Lanjutan

1) Penelitian Kuantitatif: Disarankan untuk melakukan penelitian kuantitatif untuk mengukur secara lebih rinci besaran dampak ekonomi kebijakan terhadap pedagang, konsumen, dan industri lokal.

2) Studi Komparatif: Melakukan studi kasus komparatif di kota lain untuk melihat pola perlawanan yang berbeda, sehingga pemahaman mengenai fenomena ini menjadi lebih komprehensi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahimsa-Putra, H. S. (2006). *“Struktur dan Proses Sosial”*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Fakih, M. (2002). *“Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi”*. Yogyakarta: Insist Press.
- Heryanto, A. (2012). *“Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru”*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Moleong, L. J. (2019). *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mubyarto. (1984). *“Nelayan dan Kemiskinan”*. Yogyakarta: BPFE.
- Prasetyo, E. (2004). *“Orang Miskin Dilarang Sekolah”*. Yogyakarta: Resist Book.
- Scott, J. C. (1985). *“Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance”*. New Haven: Yale University Press.
- Scott, J. C. (1990). *“Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts”*. New Haven: Yale University Press.
- Soemardjan, S. (1981). *“Perubahan Sosial di Yogyakarta”*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sunarto. (2019). *“Resistensi Sosial terhadap Kebijakan Negara”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widjaja, G., & Yani, A. (2001). “*Transaksi Bisnis Internasional (Ekspor–Impor dan Imbal Beli)*”. Jakarta: Rajawali Press.

Jurnal/Artikel Ilmiah

Agustiana, S. (2022). “Strategi Bertahan Pedagang Thrifting di Kota Metro.” *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 145.

Ardianto, E. (2023). “Penerapan Teori Pemasaran dalam Kebijakan Publik di Negara Berkembang.” *Perspektif: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 15(2), 137–151.

Bowo, F. A. (2023). “Strategi Pengelolaan Kebijakan untuk Meningkatkan Pelayanan Publik: Fokus pada Partisipasi Masyarakat dan Evaluasi Kebijakan.” *Aliansi: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 11(1), 45–58.

Ilham, M., & Putra, Z. A. (2023). “Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Bisnis Pakaian Bekas di Indonesia.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 5(2), 183–197.

Mansiz, I., Agall, M., & Putra, Z. A. (2023). “Dinamika Perlindungan Konsumen: Tantangan dan Strategi dalam Praktik Nyata di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Hukum*, 9(1), 117–130.

Mangamba, M. (2021). “Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) di Pasar Karombasan.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 112–119.

- Pratama, A. (2020). "Thrifting dan Budaya Pop: Identitas, Ekonomi, dan Lingkungan." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 200–201.
- Qurrotaayun, et al. (2024). "Dampak Pelarangan Impor Pakaian Bekas (Thrift) terhadap Pedagang di Indonesia." *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Rakhmawati, W. (2021). "Motif Konsumen dalam Membeli Produk Thrift di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 78.
- Rahayu, D. (2021). "Thrifting dan Konsumsi Kultural Generasi Z." *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 6(2), 155.
- Simanjuntak, D. (2022). "Larangan Impor Pakaian Bekas dan Dampaknya terhadap UMKM." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 13(1), 77.
- Sintia, N. (2022). "Strategi Pemasaran Bisnis Pakaian Preloved di Kota Palangka Raya." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 55–63.
- Sururi, A. (2023). "Inovasi Kebijakan Publik: Tinjauan Konseptual dan Empiris." *Sawala: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 8(1), 23–35.
- Skripsi/Tesis/Disertasi**
- Agustiana, S. (2022). *Strategi Bertahan Pedagang Thrifting Kota Metro dalam Persaingan Bisnis Thrifting dan Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Alam, A. F. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Pakaian Bekas Impor di Kota Kendari*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kendari.

Mangamba, M. (2021). *Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Bekas (Cabok) terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Perspektif Hukum Islam di Pasar Karombasan*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Manado.

Mufliah. (2022). *Strategi Pemasaran dalam Jual Beli Busana Thrift untuk Meningkatkan Penjualan Thrift Shop Mesih Kanggo di Purwokerto*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Purwokerto.

Paradiani. (2025). *Analisis Yuridis Dampak Regulasi Impor Pakaian Bekas terhadap Pelaku Usaha Thrifting di Kota Pontianak*. Tesis, Universitas Tanjungpura.

Saputra, R. A. (2020). *Analisis Dampak Sosial Larangan Pakaian Bekas Impor terhadap Pedagang Thrifting di Kota Bandung*. Skripsi, Universitas Padjadjaran.

Sintia, N. (2022). *Strategi Pemasaran Bisnis Pakaian Preloved di Kota Palangka Raya*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.

Sumber Lain (Internet, Dokumen Resmi, Laporan, Wawancara)

Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). "Data Impor Pakaian Bekas Indonesia (2012–2022)." Diakses dari <https://dataindonesia.id>

Dokumen RKAP 2023 PD. Jogjatama Vishesha.

Jogja Thrift Market. (2022). "Rekapitulasi Transaksi JTM #1–#3."

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Impor*. Jakarta: Kemendag RI.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Perdagangan 2022*. Jakarta: Kemendag RI.

Visi Misi XT Square Yogyakarta. (2023). Diakses dari <https://www.xtsquare.co.id/visi-misi/> pada 13 Oktober 2023.

Wawancara dengan pedagang dan konsumen di XT Square Yogyakarta (SY, TH, RH, IJ, IZ, SV, VN, RO, FH). November 2023.

