

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Penggunaan pakaian bekas (*secondhand clothing*) atau dikenal sebagai *thrifting*, semakin populer di kalangan masyarakat, terlebih di *twitter* adanya berita tengah isu-isu lingkungan dan keberlanjutan yang semakin marak (Ristiani et al., 2022). Pakaian bekas dianggap sebagai salah satu cara untuk mengurangi limbah tekstil yang terbuang dan meminimalkan dampak lingkungan dari produksi pakaian baru (Balqies & Jupriani, 2022). Pakaian bekas adalah salah satu jenis barang bekas yang biasanya masih dapat digunakan kembali dan dijual kembali di pasaran (Karimah & Syafrizal, 2018).

Pada tahun 2022 telah dilakukan survei pada 261 responden dengan hasil 49.4% responden pernah melakukan *thrifting*, 34.5% responden belum pernah melakukan *thrifting*, dan 16.1% tidak akan pernah melakukan *thrifting* (Naurah, 2022). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa responden yang telah melakukan *thrifting* masih cukup tinggi. Namun, minat masyarakat terhadap pakaian bekas masih menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Hal ini disebabkan karena adanya kebijakan pemerintah yang melarang *thrifting* karena mengganggu produk lokal (Nita & Lestari, 2023). Berdasarkan pandangan pemerintah, larangan *thrifting* dibuat karena banyaknya pakaian *thrift import* dari China sehingga menyebabkan PHK masal di bidang tekstil (Melani, 2023). Selain itu dari pemerintah juga melarang *thrifting* karena mengganggu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) karena merugikan pasar lokal (Gusti, 2023). Alasan lain disebutkan bahwa pemerintah mempertimbangkan dari sebuah kejadian di Singapura yang mana pakaian yang seharusnya di donasikan di negara tersebut masuk secara ilegal ke Indonesia (Dzulfaroh, 2023). Sedangkan di sisi lain, beberapa masyarakat baik pedagang maupun peminat baju *thrifting* menolak larangan *thrifting* karena pasalnya pada produk *thrifting* terdapat pakaian yang unik, selain itu dengan adanya larangan *thrifting* membuat pedagang yang

bergerak pada usaha *thrifting* merugi (Karina, 2023; Permana, 2023). Respon masyarakat yang lainnya menunjukkan bahwa setuju dengan adanya larangan *thrifting* oleh pemerintah karena mampu mempengaruhi penjualan dan produksi pakaian oleh UMKM (Permana & Rahmawati, 2023). Berdasarkan pernyataan berbagai pihak terkait *thrifting* menyebabkan kerugian di berbagai pihak sehingga pemerintah perlu mempertimbangkan dalam menentukan kebijakan adanya *thrifting* oleh karena itu, perlu dilakukan analisis minat masyarakat terhadap pakaian bekas untuk menilai pro atau kontra terhadap *thrifting* (Sampurno et al., 2022).

Untuk membantu pemerintah dalam menentukan kebijakan dalam melakukan analisis tersebut, penelitian ini menggunakan metode *K-Means* dalam membantu membagi klasifikasi minat masyarakat terhadap pakaian bekas berdasarkan *cluster* (Rohmah et al., 2021). Penggunaan *K-Means* ditujukan untuk melakukan *clustering* data dari *tweet* karena data yang didapat dari *twitter* belum memiliki label (Lubis & Hayadi, 2023). Penggunaan *K-Means* membuat data tidak perlu dilakukan pelabelan secara manual karena *K-Means* merupakan algoritma *unsupervised learning* yang bekerja dengan mencari kemiripan antar data dan mengelompokkannya ke dalam *cluster* (Sinaga & Yang, 2020). Penggunaan *K-Means* cukup unggul pada metode *unsupervised learning* karena setiap *point* pada data dihitung supaya dekat dengan nilai *centroidnya* sehingga meminimalisir bias pada data. Data yang akan digunakan merupakan hasil *scraping* data dari *twitter*. Alasan *twitter* sebagai sumber data pada *clustering* sentimen terhadap *thrifting* menggunakan *twitter* cukup mudah untuk dilakukan *scraping* maupun *crawling* dan pengguna *twitter* dapat secara bebas mengemukakan pendapat pribadinya dalam bentuk teks dan sehingga memudahkan untuk pengolahan data sentimen (Waworundeng et al., 2022). Setelah data terkumpul, data akan diproses dan dianalisis dengan menggunakan metode *K-Means* untuk menghasilkan pola minat masyarakat terhadap pakaian bekas. Dalam proses *clustering* dengan *K-Means*, data akan dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan karakteristiknya (Harahap, 2019).

Dengan melakukan analisis minat masyarakat terhadap pakaian bekas menggunakan metode *K-Means*, diharapkan membantu menetapkan kebijakan terkait *thrifting* terhadap minat masyarakat pada pakaian bekas dengan melihat minat masyarakat terhadap pakaian bekas.

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagaimana mengumpulkan data yang akan digunakan?
2. Bagaimana membagi klasifikasi minat masyarakat terhadap pakaian bekas berdasarkan cluster menggunakan metode *K-Means*?

## 1.3 BATASAN MASALAH

Penelitian yang dilakukan terbatas pada data dengan hashtag tertentu di *Twitter* yang berkaitan dengan *thrifting* seperti hashtag *#import #thrifting #pakaianbekas #pakaianimport*.

## 1.4 PERTANYAAN PENELITIAN

Pertanyaan yang menjadi dasar penelitian analisis minat masyarakat terhadap pakaian bekas menggunakan metode *K-Means* adalah :

1. Bagaimana pengumpulan data dilakukan?
2. Bagaimana mengolah data yang telah terkumpul?
3. Bagaimana tahapan untuk mengolah data yang sudah bersih dengan menggunakan *K-Means*?

## 1.5 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian analisis minat masyarakat terhadap pakaian bekas menggunakan metode *K-Means* adalah untuk mengetahui minat masyarakat terhadap *thrifting* sehingga pemerintah dapat terbantu untuk menetapkan kebijakan tentang *thrifting*.

## 1.6 MANFAAT HASIL PENELITIAN

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah pemerintah dapat mengetahui minat masyarakat tentang *thrifting*, sehingga dapat meminimalisir kerugian pihak yang terkait *thrifting* dalam menetapkan kebijakan.

PEPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA