

## Pilihan Rasional Pedagang Mempertahankan Usaha Thrifting di Kota Padang

Natasya Epriline Alvin<sup>1</sup>, Delmira Syafrini<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author, e-mail: [delmirasyafrini@fis.unp.ac.id](mailto:delmirasyafrini@fis.unp.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk pilihan rasional pedagang mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang. Fenomena ini penting untuk dikaji karena keberadaan *Thrifting* mengalami pro dan kontra di masyarakat, di satu sisi *Thrifting* banyak diminati berbagai kalangan yang dibuktikan dengan semakin maraknya pedagang *Thrifting*, dari jumlah pembeli dan jumlah pendapatan. Teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah teori pilihan rasional oleh James S. Coleman. Penelitian berlangsung di Kota Padang, Sumatera Barat pada bulan Februari 2024 s.d April 2024. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan tipe studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam. Observasi peneliti mengamati langsung aktifitas kegiatan pedagang dan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada informan tentang mempertahankan usaha *Thrifting*. Pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 15 orang. Kriteria informan meliputi pedagang, Aparatur Sipil Negara dan pembeli. Studi dokumentasi merekam berbagai aktivitas dan kegiatan yang dilakukan pedagang dalam aktivitas jual beli. Adapun analisis data penelitian menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pilihan rasional pedagang dalam mempertahankan usaha *Thrifting* diantaranya pertama, Kebutuhan hidup. Kedua, Meningkatnya peminat *Thrifting* di Kota Padang. Ketiga, Kebijakan pemerintah yang tidak tegas. *Keempat, Trend* dan hobi.

**Kata Kunci:** Pedagang; Pilihan Rasional; Thrifting; Trend.

### Abstract

This study aims to describe the forms of rational choices made by traders to sustain their thrifting businesses in Padang City. This phenomenon is important to examine due to the ongoing debates surrounding thrifting in society. On one hand, thrifting is gaining popularity across various groups, as evidenced by the increasing number of thrifting traders, buyers, and revenue. The theoretical framework used in this research is James S. Coleman's Rational Choice Theory. The study was conducted in Padang City, West Sumatra, from February 2024 to April 2024. A qualitative research method with a case study approach was employed. Data collection techniques included observation and in-depth interviews. During the observation phase, the researcher directly observed the activities of the traders. In-depth interviews were conducted with informants to explore how they maintain their thrifting businesses. The informants were selected using purposive sampling, totaling 15 individuals, comprising traders, civil servants, and buyers. Documentation studies recorded various activities carried out by traders in their buying and selling processes. Data analysis was performed using the interactive model by Miles and Huberman. The findings reveal that the rational choices made by traders to sustain their thrifting businesses include, firstly, the necessity of meeting living expenses; secondly, the growing demand for thrifting in Padang City; thirdly, the government's lenient policies; and finally, the influence of trends and hobbies.

**Keywords:** Rational Choice; Traders; Thrifting; Trend.

**How to Cite:** Alvin, N. E. & Syafrini, D. (2025). Pilihan Rasional Pedagang Mempertahankan Usaha Thrifting di Kota Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 8(1), 29-39.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

## Pendahuluan

Secara terminologi, *Thrifting* mengacu pada aktivitas membeli barang bekas. Secara bahasa *thrif* sendiri diambil dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau maju. Kata *thrifty* sendiri dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien sehingga *Thrifting* dapat diartikan sebagai kegiatan membeli barang-barang bekas dalam rangka melakukan penghematan atau menggunakan uang dengan efisien. Tidak sampai disitu, kegiatan tersebut tidak hanya sekedar membeli barang bekas namun terdapat sebuah sensasi tersendiri ketika kita bisa memperoleh barang yang bagus dan bahkan langka atau rare dengan jangkauan harga yang terhitung murah. Budaya *Thrifting* yang biasanya dikaitkan dengan pakaian merupakan perlawanan terhadap budaya konsumtif masyarakat dalam hal mengonsumsi pakaian. Budaya *Thrifting* atau toko barang bekas sebenarnya mengusung dan menyiratkan sebuah misi lingkungan yakni dengan harapan, aktivitas ini dapat mengurangi limbah tekstil melalui konsep reuse (Aswadana, Rahayu, & Effendy, 2022).

Menggunakan pakaian baru membutuhkan biaya besar dan mendapatkan kuantitas yang sedikit. Sehingga mahasiswa yang berusaha untuk lebih hemat dalam mengelola keuangan untuk keperluan yang lainnya mendorong mereka untuk mencari jalan alternatif guna mencapai kepuasannya dengan cara *Thrifting*, sehingga mereka akan puas dengan banyaknya stok pakaian untuk di *mix and match* yang dapat digunakan secara bergantian Hayati & Susilawati, (2021). Pakaian bekas impor mengalami peningkatan lima tahun terakhir di Indonesia, yang membuat perusahaan tekstil di Indonesia mengalami kerugian, dengan berkembangnya *trend Thrifting* di Indonesia. Berikut data impor pakaian bekas masuk di Indonesia.



**Gambar 1. Data impor pakaian bekas masuk di Indonesia**

Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2022

Meskipun usaha *Thrifting* mengalami kemajuan lima tahun terakhir, pemerintah telah mengeluarkan aturan terbaru melalui Kementerian Perdagangan yang telah melarang pakaian impor bekas. Larangan tersebut tertulis dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No 18 Tahun 2021, tentang barang dilarang ekspor dan barang dilarang impor. Pemerintah melarang aturan tersebut karena sangat merugikan industri tekstil dalam negeri. Pada tahun 2023 ini semakin maraknya pakaian bekas impor memasuki Indonesia tanpa izin, dan pemerintah akan bertindak tegas dengan aturan yang telah dibuat permendag dengan sanksi yang melanggar aturan akan dijatuhi sanksi pidana maksimal 5 tahun penjara dan denda Rp 5 Miliar (Chairy & Gultom, 2023).

Saat ini pemerintah menindak tegas aturan larangan tersebut, karena menurut pemerintah aturan tersebut harus dilaksanakan karena telah merugikan pengusaha tekstil di Indonesia. Di Kota Padang penjualan *Thrifting* juga mengalami peningkatan, salah satunya yaitu komunitas Padang *Thrift Day*, komunitas yang menjual baju bekas dan sepatu bekas dengan harga terjangkau, komunitas ini terbentuk tahun 2020, kegiatan komunitas ini melakukan *event* di berbagai tempat, salah satunya di gedung KNPI Sumatera Barat yang berada di Gor H. Agus Salim. *Event* ini akan diadakan empat kali setahun. Awal terbentuknya Komunitas Padang *Thrift Day* pada tahun 2020 dengan jumlah anggota 25 orang, tahun 2021 mengalami peningkatan dengan jumlah anggota 43 orang, tahun 2022 menjadi 45 anggota dan tahun 2023 berjumlah 45 anggota. Anggota Padang *Thrift Day* juga sebagai pedagang saat adanya *event* yang mereka adakan, dengan membuka *stand* dengan pedagang komunitas lainnya. Pendapatan yang mereka dapat rata-rata 4 juta s.d. 17 juta saat adanya *event*, tergantung ketersediaan barang dan pembeli. Komunitas Padang *Thrift Day* tidak hanya berjualan saat *event* saja, tetapi sebagian mereka juga berjualan *online* dan membuka toko sendiri. Peminat *Thrift* dari kalangan remaja sampai mahasiswa dengan rentang usia 17-25 tahun.

Meskipun *trend Thrifting* dilarang, *Thrifting* tetap mengalami perkembangan sehingga ada alasan yang rasional yang membuat komunitas padang *Thrift Day* tetap mempertahankan usaha pedagang. (Puja, 28 tahun, pedagang, 8 Februari 2024)

Meskipun terdapat larangan dari pemerintah, ternyata komunitas padang *Thrift Day* setiap tahunnya mengalami perkembangan, tidak mempengaruhi jumlah pedagang yang ada di Kota Padang dan jumlah pendapatan yang ada di komunitas padang *Thrift Day* itu sendiri. Komunitas Padang *Thrift Day* membawa peluang bagi pedagang pakaian bekas tetap *trend* di masyarakat, komunitas ini menjalin hubungan sesama pedagang lainnya tetap mempertahankan eksistensinya. Jika adanya tindakan tegas dari pemerintah tentang larangan pakaian bekas membuat komunitas padang *Thrift Day* akan kehilangan dan bertambahnya angka pengangguran di Kota Padang. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pilihan rasional pedagang mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang.

Studi mengenai *Thrifting* sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya peneliti pertama, yang dilakukan oleh Wijaya & Andriasari (2022) menunjukkan bahwa tindak pidana pakaian bekas impor, kegiatan impor pakaian bekas dan perdagangan pakaian impor bekas di Indonesia merupakan tindak pidana bidang ekonomi dan diancam dengan hukuman pidana. Kedua, peneliti yang dilakukan oleh Ghilmansyah, Nursanti, & Utamidewi (2022) menjelaskan *Thrifting* sebagai gaya hidup milenial mengungkap motif milenial dalam melakukan dan memaknai *Thrifting*. Ketiga, studi oleh (Wikansari et al., 2023), upaya pemerintah dalam mengurangi aktivitas impor pakaian bekas ilegal. Keempat, Chairy & Gultom (2023) dalam tulisannya menguraikan larangan jual beli pakaian bekas Impor (*Thrift*) oleh Pemerintah Ditinjau dari Perspektif Negara Kesejahteraan. Kelima, riset yang dilakukan oleh Fatah, Sari, Irwanda, Kolen, & Agnesia (2023) mengungkapkan pengaruh larangan impor pakaian bekas terhadap pengusaha *thrift*, larangan impor barang tersebut muncul karena melihat hasil penelitian yang ada bahwa pakaian *thrift* yang di impor dapat mengancam kesehatan dan ekonomi, karena tidak diketahuinya asal usul barang dan tingkat keamanan barang tersebut, dan juga bisa mengancam kesehatan karena ditemukannya banyak bakteri yang berkembang biak di serat serat baju tersebut, yang bisa menyebabkan beberapa penyakit ringan hingga penyakit berat.

Beberapa penelitian di atas telah membahas tentang kebijakan penjualan *Thrifting*. Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dimana kajian terhadap penelitiannya tentang bagaimana strategi mempertahankan usaha *Thrifting* di saat adanya pro dan kontra di masyarakat terkait larangan *Thrifting* oleh pemerintah. Penelitian ini penting untuk dikaji agar memberikan pemahaman kepada pedagang mengenai cara yang sesuai dan tepat dalam mempertahankan usaha *Thrifting* mereka. Tujuan penelitian adalah memberikan wawasan pemegang kebijakan yaitu pemerintah serta masyarakat, terkait pilihan rasional para pedagang untuk mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang.

## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan di Kota Padang, Sumatera Barat. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 10 Februari 2024 sampai 10 April 2024. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. *pertama*, Observasi peneliti mengamati aktifitas pedagang yang sedang berjualan. *Kedua* wawancara, yaitu peneliti menanyakan langsung kepada informan tentang mempertahankan usaha *Thrifting*. *Ketiga* studi dokumentasi, dokumentasi yang digunakan peneliti adalah rekaman percakapan atau audio dan foto aktivitas pedagang yang dilakukan selama proses kegiatan berjualan *Thrifting* berlangsung. Informan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah informan 15 orang dengan kriteria pedagang, Aparat Sipil Negara dan pembeli. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan pemikir Miles & Huberman (1992), di analisa dengan cara interaktif dan secara terus menerus, hingga data tersebut tuntas. Temuan dianalisis menggunakan teori Pilihan Rasional oleh James S. Coleman (Ritzer, 2014). Menurut Coleman, tindakan seseorang didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai. Tindakan tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dan merupakan pilihan yang telah diputuskan oleh individu tersebut (Ritzer, 2014).

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa pilihan rasional pedagang mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan kepada 15 informan hasil penelitian mengungkapkan bahwa pilihan rasional pedagang mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang. Adapun hasil yang ditemukan dalam penelitian ini diantaranya:

## Kebutuhan Hidup

Kebutuhan hidup merupakan bertahan dalam kondisi apapun, kebutuhan hidup dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan sandang setiap harinya demi bertahan dan keberlangsungan hidup. Seperti wawancara yang dilakukan peneliti kepada pedagang selaku informan penelitian yang berinisial YL (34 Tahun) seorang pedagang di kawasan Simpang Tinju, beliau menyampaikan bahwa:

“...Akak bertahan manjua *thrift*ko karna kebutuhan iduik akak diak, apo lai lah berkeluarga dan punyo anak, zaman kini payah iduik kok surang se yang mencari nafkah, jo *thrift*ko lai bisa tatolong kebutuhan iduik sehari-hari diak. Indak bisa maarokan pith dari laki se zaman kini diak, harus punyo usaha surang wak, dek itu akak cubo jualan *thrift*ko, nyo akak jualan dulu ko dari acok mambali tu lah banyak barang ko indak tapakai lai, baru kak jua, ternyata berkembang sampai kini diak...” (Dalam Bahasa Daerah Minangkabau)

Artinya:

“...Kakak bertahan jualan *thrift*ini karena kebutuhan hidup kakak dek, apalagi sudah berkeluarga dan punya anak, zaman sekarang susah hidup jika satu orang saja yang mencari nafkah, karena berjualan *thrift* ini bisa membantu kebutuhan hidup sehari-hari dek. Zaman sekarang tidak bisa mengharapkan uang dari suami saja, rasanya tidak cukup, harus punya usaha sendiri karena itu kakak mencoba jualan *thrift* ini, kakak berjualan dulu awalnya cuma membeli barang-barang *thrift*, ternyata barangnya sudah banyak dan tidak terpakai lagi, makanya dijual kembali, ternyata berkembang usaha kakak sampai sekarang dek...” (Wawancara pada 22 Februari 2024).

Pernyataan pedagang YL (36 tahun), maka dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan utama pedagang masih tetap mempertahankan usaha *Thrifting* saat adanya larangan dari pemerintah karena sebagai mata pencarian dan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang hanya sebagai pedagang *Thrifting*. Menurut pedagang kebutuhan yang didapat hanya berjalan *thrift*, *thrift* sudah menjadi kebutuhan penghasilan pokok mereka. Dan dengan adanya usaha *Thrifting* ini tidak hanya pemilik yang diuntungkan, pemilik juga bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang yang membutuhkan pekerjaan.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan kepada informan yang berinisial DY (42 tahun), beliau mengatakan sebagai berikut:

“...Apak menjua *thrift*ko alah lamo diak, alah 9 tahun alah 4 lo cabang toko apak kini, penghasilan manjua ko bisa lumayan gadang diak untuangnyo, dulu alun sabanyak kini urang dulu menjua *thrift*lai, apak bertahan sampai kini emang tuntutan hidup diak, alah usaho apak dari dulu manjua *thrift*ko. Anak-anak komunitas Padang *Thrift Day* tu banyak ambiak barang jo apak ma, nyo dulu sebagian baraja ambiak barang jo apak ma, kini lah banyak nyo tagak surang...” (Dalam Bahasa Daerah Minangkabau)

Artinya:

“...Bapak berjualan *thrift* ini sudah lama dek, sudah 9 tahun sudah punya 4 toko bapak, penghasilan dari jualan *thrift*ini lumayan besar keuntungannya, dulu belum sebanyak sekarang orang berjualan *thrift* lagi, bapak bertahan sampai sekarang karena tuntutan hidup dek, sudah usaha bapak dari dulu berjualan *thrift*ini. Anak-anak komunitas Padang *Thrift Day* banyak yang mengambil barang sama saya, dulu sebagian mereka belajar dari saya dan mengambil barang saya untuk mereka jual kembali, sekarang mereka sudah buka toko sendiri...” (Wawancara pada 25 Februari 2024).

Pedagang sudah berjualan rata-rata dua tahun lamanya, mereka bergantung pada penjualan *thrift* tersebut, keuntungan yang dua kali lipat bisa untuk memenuhi kebutuhan hidup pedagang. Penjual *thrift* ada juga dari kalangan anak muda mereka mencari pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka sendiri, bagi pedagang usaha ini cukup menjanjikan karena banyak dicari kalangan milenial, dengan barang bermerek harga yang terjangkau. Tujuan utama pedagang masih tetap mempertahankan usaha *Thrifting* saat adanya larangan dari pemerintah karena sebagai mata pencarian dan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang hanya sebagai pedagang *Thrifting*. Menurut pedagang kebutuhan yang didapat hanya berjualan *thrift*, *thrift* sudah menjadi kebutuhan penghasilan pokok mereka. Dan dengan adanya usaha *Thrifting* ini tidak hanya pemilik yang diuntungkan, pemilik juga bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang yang membutuhkan pekerjaan.

### Meningkatnya Peminat *Thrift* di Kota Padang

Meningkatnya *Thrift* di Kota membuat pedagang mempertahankan usaha barang bekas, dengan keuntungan yang bisa dua kali lipat dari hasil penjualan mereka. Meningkatnya peminat *Thrift* di Kota Padang sudah terjadi lima tahun terakhir. Meningkatnya peminat *Thrift* tidak bisa dilakukan jika tidak diimbangkan dengan strategi pedagang. Strategi merupakan perencanaan jangka panjang mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran atau tujuan. Dalam hal ini strategi mempertahankan usaha *Thrift* sangat penting untuk dilakukan. Adapun strategi pedagang dalam meningkatkan usaha *Thrift* sebagai berikut:

#### Menggunakan Media Sosial

Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi *trend* dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Alkatili et al., 2022). Pada saat ini media sosial yang banyak digunakan sekarang ini antara lain, Instagram, Tiktok, Whatsapp, Twitter, Youtube dan lain-lain. Saat ini banyak UMKM di Kota Padang memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan salah satu pedagang *Thrift*.



Gambar 2. Pengguna Instagram @Todzy.thrift  
Sumber: Instagram todzy.thrif

Pada gambar 2 terlihat penggunaan media social dijelaskan melalui wawancara informan TM (26 tahun) beliau mengatakan sebagai berikut:

“...Strategi yang wak lakukan untuk mampatahkan usaho wak ko yo dengan instagram dan tiktok kadang wak live di tiktok atau indak di instagram. Karna menurut wak semakin banyak followers instgaram akun jualan wak, urang akan mancaliak semakin penasaran dan tertarik untuk mengunjungi katoko wak kak...” (Dalam Bahasa Daerah Minangkabau).

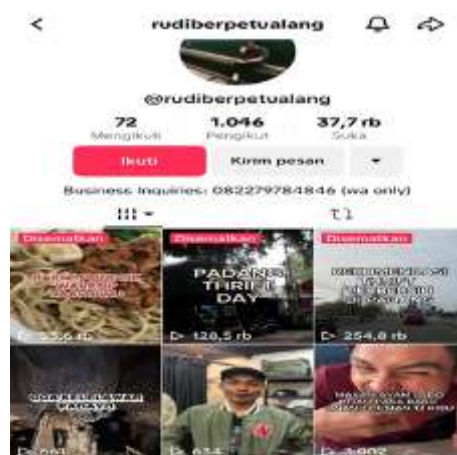
Artinya:

“...Strategi yang saya lakukan untuk mempertahankan usaha saya ini melalui instagram dan tiktok terkadang saya juga live tiktok dan instagram. Karena menurut saya semakin banyak followers instagram akun jualan kita akan menarik pelanggan untuk mengunjungi toko...” (Wawancara pada 8 Februari 2024).

Penuturan wawancara di atas pedagang TM (26 tahun) aktif menggunakan media social Instagram dengan akun @todzy.thrift, TM setiap harinya terus update instastory barang baru yang ada di toko todzy, barang-barang tersebut antara lain, hode, baju kaos bermerek, celana dan lainnya. Dengan mengandalkan media social salah satu marketing untuk menarik pembeli datang ke toko membeli barang baru hanya dengan instastory setiap harinya yang di update oleh admin Instagram toko. Zaman sekarang banyak cara untuk promosi dagangan melalui media social, toko todzy tidak hanya mengandalkan Instagram. Manfaat yang diberikan oleh social media Instagram membuka peluang bagi para pedagang untuk melakukan penjualan secara *online* dengan mengunggah foto produk kepada konsumen yang akan mereka tuju.

### Jasa Endorse

Menurut Shimp, salah satu fungsi iklan yang paling penting adalah untuk mempublikasikan merek dan pengiklan memanfaatkan nilai kepercayaan dengan memilih *endorser* yang secara luas dianggap sebagai orang yang jujur, dapat dipercaya, dan dapat diandalkan (Ramadhan, Naswandi, & Herman, 2020). Di Kota Padang banyak pedagang menggunakan jasa *endorse* dan *paid promote* selegram sumbar ataupun akun media sosial yang memiliki banyak followers untuk mempromosikan dagangan mereka. Salah satunya akun tiktok @rudiberpetualang dengan pengikut 1.046 yang mencari penghasilan tambahan dengan mempromosikan melalui akun tiktok, jasa yang ditawarkan hanya melalui media sosial untuk menarik pelanggan anak muda dan mahasiswa. Tarif yang di tetapkan sesuai dengan jumlah *followers* yang dimiliki karena terdapat usaha yang tidak mudah untuk mendapatkan *views*, harus memikirkan konten yang menarik agar bisa *For You Page* (FYP).



**Gambar 3. Pengguna Akun Tiktok @rudiberpetualang**

Sumber: Tiktok @rudiberpetualang

Pada gambar 3 dilihat pada hasil wawancara berikut Wawancara dilakukan kepada informan penelitian yang berinisial TM (26 tahun) beliau mengatakan sebagai berikut:

“...Untuk menarik urang mancaliak toko wak supayo rami wak pakai jasa endorse kak, bia kalua di fyp nyo kak, dan datang katampek wak untuk mambali pakai thrif, jasa endorse yang wak bayia sekitar Rp 150.000-Rp 200.000 sekali take video, dengan jasa endorse tiktok mambuek toko wak rami kak, penghasilan wak bertambah lo kak...” (Dalam Bahasa Daerah Minangkabau).

Artinya:

“...Untuk menarik orang-orang melihat dan mengunjungi toko, saya menggunakan jasa endorse kak, biar nanti lewat di fyp orang-orang kak dan mereka akan mendatangi dan membeli pakaian thriftkak, jasa endorse yang saya bayar sekitar Rp 150.000-Rp 200.000, sekali take video, dengan menggunakan jasa endorse tiktok menambah pelanggan toko saya bertambah kak, dan penghasilan saya juga bertambah kak” (Wawancara Pada 8 Februari 2024).

Berdasarkan pernyataan informan TM (26 tahun) di atas, dalam meningkatkan peminat *Thrifting* pedagang menggunakan jasa *endorse* dan *paid promote* untuk menarik pelanggan dari kalangan anak muda yang lewat di fyp mereka. Wawancara juga dilakukan kepada pemilik akun jasa *endorse* @rudiberpetualang yang mengatakan bahwa:

“...Wak emang mambuka jasa endorse kak, dengan tarif Rp 150.000-Rp 200.000 sekali take video, dan wak emang tergabung sebagai anggota Komunitas Padang Thrift Day gai, jadi sekalian mampromosian dagangan anggota Padang Thrift Day bia dikenal dek urang kak, bagi yang nio wak endorse bisa hubungi seakun wak kak, apapun bisa wak endorse indak tentang thriftbaju sajo kak...”

Artinya:

“...Saya memang membuka jasa endorse kak, dengan harga mulai dari Rp 150.000-Rp 200.000 sekali take video, dan saya memang tergabung sebagai anggota Komunitas Padang *Thrift Day*, jadi saya juga mempromosikan dagangan anggota komunitas biar bisa dikenal oleh orang

banyak kak, bagi yang mau endorse bisa hubungi akun saya, apapun bisa saya endorse tidak hanya *thrift* baju saja...”

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk memberitahukan, menyampaikan dan menginformasikan serta mempromosikan tentang produk yang dimiliki oleh pelaku usaha baik secara langsung atau secara tidak langsung yang bertujuan untuk menarik minat pembeli atau konsumen dan mempengaruhi audiensinya untuk membeli. Begitu juga dengan *tren* dari *online shopping* dan *endorsement* melalui sosial media tiktok saat ini, selebriti tiktok Amandapo dimana mereka melakukan promosi secara online dengan memakai strategi endorsement (Rhenaldy, Nugroho, & Sugiarti, 2022).

Ungkapan wawancara diatas dengan akun pemilik endorse tiktok @rudiberpetualang, yang mencari penghasilan tambahan dengan mempromosikan melalui akun tiktok, jasa yang ditawarkan hanya melalui media sosial untuk menarik pelanggan anak muda dan mahasiswa. Tarif yang di tetapkan sesuai dengan jumlah *followers* yang dimiliki karena terdapat usaha yang tidak mudah untuk mendapatkan views, harus memilikirkan konten yang menarik agar bisa *For You Page* (FYP).

### **Event Thrifting**

*Event Thrifting* terbesar di Sumatera Barat yang terbentuk dari tahun 2020 sampai sekarang, *event* ini akan diadakan empat kali setahun, yang terbentuk oleh Komunitas Padang *Thrift Day* yang berlokasi di gedung KNPI, Kota Padang, Sumatera Barat. Awal terbentuknya Komunitas Padang *Thrift Day* pada tahun 2020 dengan jumlah anggota 25 orang, tahun 2021 mengalami peningkatan dengan jumlah anggota 43 orang, tahun 2022 menjadi 45 anggota dan tahun 2023 berjumlah 45 anggota. Meskipun adanya peraturan mengenai larangan dari Pemerintah, ternyata di Kota Padang tetap mengadakan *event* Padang *Thrift Day*, berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Komunitas Padang *Thrift Day Vol 10* Tomi mengatakan bahwa:

“...Komunitas *padang thrift day* terbentuk dari tahun 2020 sampai ini anggota kami semakin bertambah, kami acok mengadakan acara *satiok ampek* kali setahun kak, yang berjualan di acara hanya yang masuk terdaftar sebagai anggota komunitas *padang Thrift Day*. Kami di komunitas acok dalam sekali sabulan mengadakan pertemuan untuk menjago silaturahmi sesama anggota kami kak...”  
(Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...Komunitas *padang Thrift Day* terbentuk dari tahun 2020 sampai saat ini anggota kami semakin bertambah, kami rutin mengadakan event setiap empat kali setahun kak, yang berjualan di Event hanya yang masuk terdaftar sebagai anggota komunitas Padang *Thrift Day*. Kami di komunitas akan rutin dalam sekali sebulan mengadakan pertemuan untuk silaturahmi agar menjaga hubungan kami tetap erat sesama anggota kak...” (Wawancara pada 9 Februari 2024)

Ungkapan Komunitas Padang *Thrift Day* tersebut menjelaskan akan rutin diadakannya *event* hingga empat kali setahun dengan kepengurusan yang berbeda-beda setiap akan dilakukan *event*, ketua komunitas akan mengurus perizinan kepada ketua pemuda dan kepolisian setempat untuk diadakan *event* Padang *Thrift Day*. Pada umumnya usia para pembeli Padang *Thrift Day* sekitar 17-30 tahun. Tetapi berbanding terbalik pedagang yang berjualan di pasar raya, pembeli yang membeli banyak peneliti temukan ibu-ibu, harga dipasar raya padang dengan toko sangat jauh berbeda. Pedagang yang berjualan di toko dan *event* pakaian bekas *ball* yang mereka beli dicuci dan disetrika terlebih dahulu jadi harga jual dan kualitas mereka sangat tinggi. Berbeda dengan yang di pasar raya pakaian yang mereka jual langsung dijual kembali tanpa dicuci dan disetrika, bagi kaum *milennial* kurang menarik perhatian.

Pembeli pakaian bekas tidak hanya di toko dan *event* Padang *Thrift Day* saja, tetapi pembeli juga membeli pakaian bekas di pasar raya. Meningkatnya peminat *Thrifting* karena memiliki daya tarik tersendiri bagi kalangan remaja yaitu selain memiliki kualitas yang baik juga dan harga yang relatif murah. Umumnya pakaian bekas ini memiliki merek-merek yang sudah diakui kualitas dan model yang tidak tertinggal zaman. Kebutuhan yang terus meningkat, para pedagang tetap bertahan untuk memenuhi kebutuhan pokok untuk hidup mereka dari hasil usaha *thrift*. Seorang pedagang DY menyampaikan keuntungan dari berjualan *thrift* bisa dua kali lipat, usaha yang cukup menjanjikan bagi para pedagang karena peminat *Thrifting* di kalangan *milennial* yang tinggi. Para pedagang *thrift* tidak hanya berjualan *online* dan *offline* tetapi pedagang juga mempunyai komunitas, komunitas yang mereka bentuk sudah berdiri dari tahun 2020 sampai sekarang.

### **Kebijakan Pemerintah Yang Tidak Tegas**

Kebijakan pemerintah adalah serangkaian tindakan yang dipilih dan dialokasikan secara sah oleh pemerintah atau negara kepada seluruh anggota masyarakat untuk memecahkan masalah yang dihadapi guna mencapai tujuan tertentu demi kepentingan masyarakat seluruhnya. Aturan yang diatur oleh pemerintah

tertulis dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No 18 Tahun 2021 tentang barang dilarang ekspor dan barang dilarang import (Chairy & Gultom, 2023). Melarang aturan tersebut karena sangat merugikan industri tekstil dalam negeri. Namun, Adapun persepsi ASN dapat dilihat pada hasil wawancara berikut:

"...Pandangan apak terhadap larangan iko elok untuk negara awak, karno awak indak tau barang tersebut dari ma asalnyo do, dan indak terjamin kebersihannyo, dan baa kok masih adoh barang itu dibirikan beredar walaupun alah adoh aturan tersebut ? karno barang ball yang mereka bali indak langsung diimport dari negara asalnyo, jadi awakindak bisa ngecekan barang itu ilegal diak. Sabanyo bukan dibiarkan diak, kami alah melakukan sosialisasi alun sampai katindakan, karno barang tersebut masih masuk di bea cukai, berarti barang mereka indak bisa dikatakan sebagaibarang ilegal..." (Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

"...Presepsi bapak terhadap larangan tersebut baik untuk negara kita, karena kita tidak tau barang tersebut berasal dari mana, dan tidak terjamin kebersihannya, dan mengapa masih dibiarkan walaupun ada aturan tersebut ?, karena barang ball yang mereka beli tidak langsung di import dari negara asalnya, jadi kita tidak bisa mengatakan itu adalah barang ilegal dek. Sebenarkan bukan dibiarkan dek, kami sudah melakukan sosialisasi terhadap aparat sipil negara kepada pedagang, kami baru ditahap sosioalisasi belum sampai terhadap tindakan, karena barang tersebut masih masuk di bea cukai, berarti barang mereka tidak bisa dikatakan sebagai barang ilegal..." (Wawancara pada 30 April 2024)

Menuturan Bapak Rizal mengenai persepsi terhadap larangan mengenai aturan Permendag, tindakan yang dilakukan pemerintah sudah sampai pada sosialisasi terhadap pedagang, harapan pemerintah terhadap pedagang untuk menghentikan bisnis ilegal tersebut, karena bisnis tersebut akan bisa sewaktu-waktu akan ditindak lanjuti dengan tegas. Pada saat ini pemerintah belum menindak lanjut aturan tegas tersebut, karena bagi pemerintah masyarakat Kota Padang merasa belum ada yang dirugikan dengan adanya *Thrifting* yang terus meningkat. Pemerintah akan menindak lanjuti aturan tersebut bila masyarakat telah diresahkan dengan berkembangnya pedagang *Thrifting* di Kota Padang sampai saat ini masyarakat masih merasa tidak ada yang dirugikan.

### **Trend dan Gaya Hidup**

Gaya hidup anak muda masa kini tercermin dari perilaku bagaimana mereka mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Kini trend fashion menyusup ke dalam mahasiswa pengguna pakaian bekas sehingga cara pandang mereka melihat fashion adalah sebagai gaya hidup. Fenomena kultural yang digunakan oleh anak muda pengguna pakaian bekas adalah untuk mengonstruksi dan mengomunikasikan identitasnya (Fadila, et al, 2023).

Kotler dan Armstrong (2008) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk adalah gaya hidup (*life style*). Menurut Mowen dan Minor dalam Umboh, Tumbel, & Soepeno (2015) aya hidup ialah cara menunjukkan bagaimana orang hidup, kemana mereka membelanjakan uangnya serta seperti apa mereka mengalokasikan waktunya (Nasution & Nio, 2019).

Menurut Kompasiana (2021), *trend Thrifting* berasal dari masa di akhir Revolusi Industri abad ke-19. Produksi pakaian secara besar-besaran saat itu. mengakibatkan harga pakaian baru menjadi sangat murah, mendorong orang untuk sering mengganti pakaian dengan pakaian sekali pakai. Fenomena ini menyebabkan peningkatan limbah pakaian setiap hari (Rahman, Agustini, & Hasbiyah, 2024). Kota Padang termasuk peminat tren *Thrifting* yang tinggi di kalangan anak muda dan masyarakat, *trend* yang tinggi di Kota Padang membuka peluang usaha baru. Seperti wawancara yang dilakukan peneliti kepada pedagang selaku informan penelitian yang berinisial TM (26 Tahun) seorang pedagang di kawasan Pasar Baru, beliau menyampaikan bahwa:

"...Wak awalnyo sebagai pembeli lo ma kak, acok wak bali pas kuliah baju-baju bekas ko, dek awak kuliah tu maikuikan fashion dan trend lo, dek harga barang-barang thrifiko lai murah dan brandet, dari sinan wak caliak banyak peminat dan wak hobi lo mambali barang-barang thrifiko kak, tamat kuliah wak cubo lo bukak usaho dari hobi awak ko kak, dan ternyata alhamdulillah masih berkembang dan banyak peminatnya kak sampai kini..." (Dalam Bahasa Daerah Minangkabau).



Artinya:

“...Saya awalnya juga sebagai pembeli kak, waktu kuliah dulu saya sering membeli baju-baju bekas, menurut saya kuliah itu salah satunya mengikuti trend dan fashion, karena barang-barang thrift ini murah dan brandet, dari sana saya melihat banyak peminat dan saya juga hobi membeli barang-barang thrift ini kak, tamat kuliah saya mencoba buka usaha dari hobi saya ini, dan ternyata alhamdulillah masih berkembang dan banyak peminatnya kak...” (Wawancara 8 Februari 2024)

Fenomena yang umum bagi masyarakat umum, seperti baju yang tidak layak pakai seperti sampah, kualitas buruk, dan banyak bakteri. Membeli pakaian bekas juga dianggap ketidakmampuan untuk membeli pakaian baru yang harganya lebih tinggi. Namun, dengan perkembangan zaman, membeli pakaian bekas menjadi *trend* dan gaya hidup. Sekarang masyarakat membutuhkan informasi tentang mode, dan menjalani gaya hidup yang menarik dan modis adalah keharusan (Syaraahiyya & Rusadi, 2023). Seperti wawancara yang dilakukan peneliti kepada pembeli selaku informan penelitian yang bernama Kevin (19 Tahun) seorang pembeli di kawasan Pasar Baru, beliau menyampaikan bahwa:

“...Awak membeli pakaian *thrifting* untuak mendapekan harga yang terjangkau kak. Awak lebih memilih barang-barang *branded* baju polo, *uniqlo*, *levis h&m* baju bermerek dengan kualitas yang masih ancah, biasanya awak gunakan untuak pai kuliah kak...” (Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...Aku membeli pakaian *thrifting* untuk mendapatkan harga yang terjangkau kak. Aku lebih memilih barang-barang *branded* baju polo, *uniqlo*, *levis h&m* baju bermerek dengan kualitas yang masih bagus, biasanya aku gunakan untuk pergi kuliah kak..” (Wawancara 15 Maret 2024)

Hasil wawancara di atas *trend* dan hobi pedagang membuka peluang rezeki bagi pedagang dari yang awalnya hobi sebagai pembeli sekarang berubah menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. *Trend* baju *brandet* dikalangan mahasiswa banyak saat sekarang ini di kalangan anak muda mulai dari *uniqlo*, *levis*, *burberry*, *h&m*, *adidas*, *GAP*, *zara*, *polo*. bisa mereka miliki dengan harga murah kualitas yang masih bagus. Umumnya mahasiswa mencari baju-baju *brandet* dengan harga yang terjangkau untuk *outfit* kuliah yang setiap hari bisa diganti-ganti.

### Pembahasan

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, fenomena pilihan rasional pedagang dalam mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang dapat dianalisis menggunakan teori pilihan rasional yang dikemukakan oleh James S. Coleman. Menurut Coleman, tindakan seseorang didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai. Tindakan tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dan merupakan pilihan yang telah diputuskan oleh individu tersebut (Ritzer, 2014). Coleman juga menjelaskan bahwa teori pilihan rasional memiliki dua elemen utama, yaitu aktor dan sumber daya. Pada penelitian ini, pedagang *Thrifting* di Kota Padang merupakan aktor utama yang membuat keputusan berdasarkan tujuan dan nilai yang ingin mereka capai, sementara usaha *Thrifting* dianggap sebagai sumber daya karena menjadi sesuatu yang dapat mereka kendalikan dan inginkan (Ritzer, 2014). Setiap pilihan yang diambil oleh pedagang *Thrifting* untuk mempertahankan usahanya dianggap rasional karena pilihan-pilihan tersebut memungkinkan mereka untuk terus melanjutkan hidup dan mencapai tujuan ekonomi mereka. Keputusan pedagang untuk mempertahankan usaha *Thrifting* dipengaruhi oleh beberapa pilihan rasional, seperti kebutuhan hidup, meningkatnya peminat *Thrifting* di Kota Padang, kebijakan pemerintah yang tidak tegas, serta *trend* dan hobi di masyarakat.

Bagi pedagang *Thrifting* bahwa alasan mereka tetap bertahan yakni untuk memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidup atau kebutuhan dasar dalam keluarganya. Pendapatan dari usaha *Thrifting* tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Guna memenuhi kebutuhan hidup, seseorang melakukan berbagai aktivitas ekonomi dan mengatur sistem ekonomi tertentu untuk mencari solusi atas keterbatasan yang mereka hadapi karena kebutuhan sering kali diidentikkan dengan kekurangan, sehingga inilah yang mendorong keinginan kuat seseorang untuk memenuhinya (Ramlawati et al., 2022). Maka usaha *Thrifting* menjadi pilihan karena memerlukan modal awal yang relatif rendah dibandingkan dengan usaha lain, namun dapat memberikan pendapatan stabil dan memungkinkan mereka untuk terus melanjutkan hidup dengan layak. Meningkatnya peminat terhadap barang-barang *Thrifting* di Kota Padang, terutama di kalangan anak-anak muda dan mahasiswa menunjukkan adanya permintaan pasar yang kuat. Mereka tertarik untuk mendapatkan barang *branded* dan *fashionable* namun dengan harga terjangkau yang sulit ditemukan di toko-toko biasa (Hayati & Susilawati, 2021). Daerah di

---

Kota Padang yang kini menjadi sentra penjualan baju bekas atau *Thrifting* berada di daerah Pasar Raya. Menurut teori pilihan rasional, pedagang merespons tingginya peminat *Thrifting* sebagai peluang dengan cara mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka untuk memenuhi permintaan yang meningkat (Ritzer, 2014).

Selain itu, media sosial telah memainkan peran besar dalam mempopulerkan *Thrifting* sehingga mendorong pedagang untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok* ataupun *e-commerce* lainnya. Dengan memanfaatkan *social media*, pedagang dapat lebih mudah mempromosikan produk mereka kepada target pasar yang lebih luas (Alkatili et al., 2022). Misalnya, pedagang dapat memposting foto dan video produk mereka, melakukan penjualan *online*, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui komentar dan pesan. Hal ini menjadi strategi efektif dalam menjawab tingginya minat konsumen terhadap barang-barang *thrift*. Selain itu, penjualan *online* melalui media sosial membantu mengatasi keterbatasan ruang fisik toko dan memungkinkan pedagang untuk menjual barang mereka kapan saja dan di mana saja sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan yang signifikan dan keberlanjutan bisnis *thrift shop* di era digital.

Temuan penelitian tersebut serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Pahlevi et al., (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, seperti yang dilakukan oleh D\_dalbaw di Kota Batu telah memberikan dampak signifikan terhadap penjualan *thrift shop* mereka. Awalnya, mereka mengandalkan promosi dari mulut ke mulut yang memiliki jangkauan terbatas dan penjualan mereka hanya biasa-biasa saja tanpa peningkatan yang berarti. Namun, setelah mereka mulai aktif memanfaatkan *social media*, penjualan D\_dalbaw mengalami peningkatan secara perlahan. Langkah ini juga sejalan dengan teori pilihan rasional Coleman, di mana pedagang mengambil keputusan berdasarkan tujuan ekonomi mereka untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada dan mengoptimalkan sumber daya yang mereka miliki (Ritzer, 2014). Banyaknya penjual pakaian bekas impor dari luar ke Indonesia dengan harga di bawah rata-rata harga baju lokal menarik minat banyak orang untuk membeli dan menjual pakaian bekas ilegal. Banyak masyarakat beranggapan bahwa membeli baju bekas impor tidak menjadi masalah karena harganya murah, masih layak pakai, atau bahkan terlihat bagus.

Berbeda dengan temuan Wikansari et al., (2023) yang menyebutkan bahwa semakin banyak orang-orang yang membeli barang impor dapat berdampak pada menurunnya permintaan pada industri tekstil dalam negeri dan terjadinya defisit perdagangan. Sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan larangan impor pakaian bekas yang diberlakukan oleh Kementerian Perdagangan pada tahun 2021. Alasan pemerintah mengeluarkan kebijakan tersebut lantaran dapat dianggap merugikan serta mengganggu industri tekstil di dalam negeri serta akan dijatuhi sanksi pidana minimal 5 tahun penjara dan denda Rp 5 Miliar (Devina et al., 2023).

Meskipun Kementerian Perdagangan telah mengeluarkan kebijakan larangan impor pakaian bekas, namun hasil temuan peneliti menemukan bahwa pemerintah Kota Padang menyatakan implementasi dari kebijakan tersebut belum terealisasi secara optimal. Menurut pemerintah Kota Padang, belum ada laporan atau keluhan dari masyarakat terkait dampak negatif yang dirasakan akibat penjualan pakaian bekas atau *Thrifting*. Temuan yang sama juga diuraikan dalam penelitian Devina et al., (2023) bahwa Pasar Senen menjadi pusat penjualan baju impor bekas terbesar di Jakarta. Para pedagang tetap diperbolehkan berjualan namun dengan syarat harus mengutamakan baju yang baru. Sementara Pasar raya menjadi pusat penjualan baju impor bekas yang ada di Kota Padang. Coleman menyoroti pentingnya struktur sosial dan lingkungan dalam membentuk perilaku individu (Ritzer, 2014). Dalam konteks ini, lingkungan kebijakan yang tidak stabil atau kurang tegas terhadap larangan penjualan pakaian bekas dapat mempengaruhi perilaku ekonomi para pedagang *Thrifting*. Akibat kebijakan pemerintah yang tidak tegas terhadap larangan penjualan pakaian bekas atau *Thrifting* memberi ruang bagi pedagang untuk tetap beroperasi tanpa takut menghadapi sanksi yang ada. Hal tersebut yang kemudian dapat mempengaruhi keputusan rasional para pedagang *Thrifting* dalam melanjutkan usaha. Namun tetap saja, pedagang akan menilai resiko dan keuntungan dari melanjutkan usaha mereka dalam lingkungan kebijakan yang tidak stabil (Devina et al., 2023).

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Pilihan Rasional Pedagang Dalam Mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang terdapat empat yang dilakukan pedagang mempertahankan usaha *Thrifting* diantara yang pertama kebutuhan hidup, kedua meningkatnya peminat *Thrifting* di Kota Padang, ketiga kebijakan pemerintah yang tidak tegas, empat *trend* dan hobi. Para pedagang yang mempertahankan usaha *Thrifting* demi bertahannya hidup yang sudah bertahun-tahun mereka gantungkan di usaha *Thrifting* tersebut, dengan adanya aturan baru yang ditetapkan oleh pemerintah mengenai larangan barang di larang ekspor dan barang di larang *import* membuat pedagang merasa di rugikan oleh pemerintah karena menutup lapangan pekerjaan yang telah di lakukan oleh pedagang.

Penelitian ini masih terbatas mengenai pilihan rasional pedagang dalam mempertahankan usaha *Thrifting* di Kota Padang, diharapkan penelitian selanjutnya dapat membahas lebih dalam tentang konsekuensi pedagang *Thrifting* mempertahankan usaha pakaian bekas *import* di Kota Padang.

## Daftar Pustaka

- Alkatili, A. A., Saputra, A. B., Zahra, A., Nugraha, R. A., Prehanto, A., & Maesaroh, S. S. (2022). Analisis Penggunaan Hashtag di Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Thrift. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(4), 206–216. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i4.303>
- Aswadana, P., Rahayu, D. A. S., & Effendy, M. A. A. (2022). Pandangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya terhadap perubahan gaya hidup akibat fenomena thrifting. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 1, pp. 532-540).
- Chairy, R. V. Y., & Gultom, E. R. (2023). Larangan Jual Beli Pakaian Bekas Impor (Thrift) oleh Pemerintah Ditinjau dari Perspektif Negara Kesejahteraan. *Indonesia Berdaya*, 4(3), 1137–1146. <https://doi.org/10.47679/ib.2023534>
- Devina, D., Nabilla, S. D., Labina, M. S. T., Chairunnisa, Saragih, R., & Antoni, H. (2023). Analisis Kebijakan Pemerintah Terhadap Kegiatan Impor (Studi Kasus : Komoditas TNI/POLRI dan *Thrifting*). *Jurnal Hukum Malahayati*, 4(1), 10–27.
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita, J. (2023). Fenomena *Thrifting* yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291.
- Fatah, A., Sari, D. A. P., Irwanda, I. S., Kolen, L. I., & Agnesia, P. G. D. (2023). Pengaruh Larangan Impor Pakaian Bekas Terhadap Pengusaha Thrift. *Jurnal Economina*, 2(1), 1321–1328. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.288>
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena *Thrifting* sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6308>
- Hayati, M., & Susilawati, N. (2021). *Thrifting* sebagai presentasi diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4(3), 359–370. Retrieved from <http://perspektif.pjj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/460>
- Miles, M. B. & Hubermans, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nasution, A. E., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Dimensi Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian Pakaian Second Hand. *Jurnal Riset Psikologi*, 2(1), 1–10.
- Pahlevi, M. H. E., Arifin, R., & Athia, I. (2021). Pengaruh Sosial Media dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pada Bisnis Thrift Shop (Studi Thrift shop D\_dalbow Kota Batu\_secondbrand Kota Batu). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajeemen*, 3(1), 103–111.
- Rahman, B. A., Agustini, & Hasbiyah, D. (2024). Fashion Esensial Trend *Thrifting* Mahasiswa Perguruan Tinggi Bogor Dengan Analisis Peirce. *Karimah Tauhid*, 3(1), 4570–4583.
- Ramadhan, A., Naswandi, C. N., & Herman, C. M. (2020). Fenomena Endorsement di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram. *Kareba Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 316–329.
- Ramlawati, Harahap, R. D., Daulay, M. T., Tarigan, W. J., Wahyoedi, S., & Kardini, N. L. (2022). *Pengantar Ekonomi*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Rhenaldy, O., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(2).
- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern: Edisi Ketujuh*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Syaraahiyya, A., & Rusadi, R. (2023). Fenomena Thrift Shopping di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Modern (Studi Globalisasi di Wilayah Jawa Timur). *Abdi Masyarakat*, 5(1), 2087. <https://doi.org/10.58258/abdi.v5i1.3564>
- Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1096–1105.
- Wijaya, M. W. A., & Andriasari, D. (2022). Bisnis Pakaian Impor Bekas (*Thrifting*) sebagai Tindak Pidana Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsls.v2i2.2581>
- Wikansari, R., Satrio, A., Shalsabila, E., Deni, N. R., Chaerun, R., & Agustin, S. (2023). Upaya Pemerintah dalam Mengurangi Aktivitas Impor Pakaian Bekas Ilegal di Indonesia. *Bingkai Ekonomi*, 8(1), 38–39.