



### Fenomena Thrifting di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara

Pascal Adinata Susanto<sup>1</sup>, Abdul Haris Fatgehipon<sup>2</sup>, Sujarwo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Jakarta

E-mail: [PascalAdinataSusanto\\_1407620047@mhs.unj.ac.id](mailto:PascalAdinataSusanto_1407620047@mhs.unj.ac.id)<sup>1</sup>;

[pertahanan@yahoo.com](mailto:pertahanan@yahoo.com)<sup>2</sup>; [sujarwo-fis@unj.ac.id](mailto:sujarwo-fis@unj.ac.id)<sup>3</sup>

#### Abstract

The phenomenon of thrifting at Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara demonstrates the continuity and evolution of frugal shopping practices involving the purchase of second-hand items. This research delineates the long history of thrifting, from the medieval period to the emergence of organizations such as Salvation Army and Goodwill that popularized it in the 19th century. The COVID-19 pandemic has reignited interest in thrifting due to economic pressures prompting people to save on expenses. The research methodology employed is qualitative descriptive, utilizing in-depth interviews and direct observations at Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara. The findings reveal that traders employ two main strategies: selling directly at the market and through online platforms. Meanwhile, consumers have diverse motivations, ranging from meeting household needs to a desire to collect unique and antique items. Analysis of Alfred Schutz's phenomenological theory is used to understand the reasons and goals behind consumer's choices in thrifting. The researcher finds that each individual has different motives, such as goal motives (In order to motive) and because motives (Because motive), underlying their decisions to engage in thrifting. The conclusion of this research is that the phenomenon of thrifting at Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara reflects the evolving and relevant dynamics of consumer culture, adapting to social and economic changes. With the evolution of this practice, the second-hand market becomes a favorite place for people to find affordable items, while traders and consumers continue to adapt to technological advancements and changes in the economic landscape. This study provides valuable insights into how thrifting is not just an economic phenomenon but also reflects the identity and preferences of consumers in a constantly changing shopping culture.

**Keywords:** Thrifting; Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara; Trading Strategies.

#### Abstrak

Fenomena *thrifting* di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara menunjukkan keberlanjutan dan evolusi praktik belanja hemat yang melibatkan pembelian barang bekas. Penelitian ini menguraikan sejarah *thrifting* yang panjang, mulai dari zaman Abad Pertengahan hingga munculnya organisasi seperti *Salvation Army and Goodwill* yang mempopulerkannya pada abad ke-19. Pandemi COVID-19 memicu kembali minat terhadap *thrifting* karena tekanan ekonomi yang menyebabkan masyarakat berusaha menghemat pengeluaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, memanfaatkan wawancara mendalam dan observasi langsung di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang menerapkan dua strategi utama: berjualan secara langsung di pasar dan melalui *platform online*. Sementara itu, konsumen memiliki motivasi yang

beragam, mulai dari memenuhi kebutuhan rumah tangga hingga keinginan untuk mengoleksi barang-barang unik dan antik. Analisis teori fenomenologi Alfred Schutz digunakan untuk memahami alasan dan tujuan di balik pilihan konsumen dalam melakukan *thrifting*. Peneliti menemukan bahwa setiap individu memiliki motif yang berbeda, seperti motif tujuan (*In order to motive*) dan motif karena (*Because motive*), yang mendasari keputusan mereka untuk melakukan *thrifting*. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa fenomena *thrifting* di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara mencerminkan dinamika budaya konsumsi yang terus berkembang, relevan, dan menyesuaikan dengan perubahan sosial dan ekonomi. Dengan evolusi praktik ini, pasar barang bekas menjadi tempat favorit bagi masyarakat untuk mencari barang-barang dengan harga terjangkau, sementara pedagang dan konsumen terus beradaptasi dengan teknologi dan perubahan lingkungan ekonomi. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana *thrifting* tidak hanya menjadi fenomena ekonomi, tetapi juga mencerminkan identitas dan preferensi konsumen dalam budaya belanja yang terus berubah.

**Kata-kata kunci:** *Thrifting*; Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara; Strategi Berdagang.

---

## PENDAHULUAN

*Thrift*, dalam bahasa Inggris, mengacu pada kebiasaan menghemat uang dan menjadi asal mula istilah “belanja hemat”. Sebaliknya, “belanja” adalah proses pembelian dengan tujuan meminimalkan pengeluaran dan menghemat uang. Istilah ini pertama kali muncul dalam bahasa Inggris pada abad ke-14, ketika menggambarkan keadaan atau fakta tentang perkembangan, kemakmuran, dan penghematan.<sup>1</sup>

Pada zaman Abad Pertengahan sekitar tahun 1300, praktik jual-beli barang bekas dimulai. Di alun-alun pasar, pakaian bekas ditempatkan dan dijual. Perdagangan barang bekas berkembang menjadi bentuk sistem barter yang melayani masyarakat kelas bawah saat masyarakat mulai beralih ke zaman modern.<sup>2</sup>

Berdirinya organisasi seperti *Salvation Army and Goodwill* menyebabkan pertumbuhan popularitas *thrifting* pada pertengahan hingga awal abad ke-19. Pada awalnya, tujuan utama dari *thrifting* adalah mengumpulkan dana dengan menerima sumbangan barang bekas yang kemudian dijual, dengan hasil penjualan disumbangkan kepada kaum tunanetra.<sup>3</sup>

Selama pandemi COVID-19, budaya *thrifting* mengalami kebangkitan, karena selama masa tersebut semua aspek kehidupan diuji, terutama secara ekonomi. Masyarakat

---

<sup>1</sup> Esti Oktawiningsih and Abdul Ghofar Saifudin, “Fenomena Thrifting Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa,” *Jurnal Sahmiyya* 2, no. 2 (2023): 348–353, <https://103.142.62.251/sahmiyya/article/view/1800/1140>.

<sup>2</sup> Redaksi BisnisKUMKM, “Trend Thrifting, Pemerintah Larang Impor Baju Bekas,” *Portal Bisnis KUMKM*, last modified 2023, <https://bisniskumkm.com/trend-thrifting-pemerintah-larang-impor-baju-bekas/>.

<sup>3</sup> Admin, “Sejarah Thrifting, Tren Anak Muda Zaman Sekarang,” *XT Square*, last modified 2023, <https://www.xtsquare.co.id/4471/sejarah-thrifting-tren-anak-muda-zaman-sekarang/>.

dituntut untuk melakukan penghematan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya kebutuhan pokok yang penting untuk dipenuhi.<sup>4</sup>

*Thrifting* bukan hanya mencakup pakaian, tetapi mencakup semua kebutuhan hidup masyarakat mulai dari peralatan rumah tangga, alat elektronik, sparepart kendaraan dan barang penunjang lainnya. Pasar-pasar barang bekas menjadi salah satu sarana untuk melakukan *thrifting* secara langsung ditempat.<sup>5</sup>

Hadirnya budaya *thrifting* juga menjadi salah satu masalah dikalangan perdagangan karena terjadinya persaingan antara pedagang barang bekas atau loak dengan pedagang barang resmi atau baru. Tidak hanya itu, budaya *thrifting*, khususnya dalam sektor pakaian, terlibat dalam impor pakaian bekas, yang sebenarnya dilarang karena termasuk dalam barang yang tidak boleh diimpor. Aturan mengenai hal ini dinyatakan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 mengenai Barang Dilarang untuk Diekspor dan Barang Dilarang untuk Diimpor.<sup>6</sup>

Sebagaimana yang dijelaskan di atas bahwa *thrifting* bukan hanya mencakup pakaian saja dan salah satu sarana untuk melakukan *thrifting* secara langsung adalah dengan datang ke pasar barang bekas. Terdapat salah satu pasar barang bekas atau biasa disebut pasar barang loak yang cukup terkenal di DKI Jakarta, yaitu Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara atau biasa disebut Pasar Jembatan Item. Pasar ini menjadi lokasi transaksi jual beli barang bekas terutama barang-barang elektronik dengan harga yang cukup terjangkau. Pasar ini juga sudah berdiri cukup lama sejak awal tahun 2000-an.

Dengan keberadaan pasar Jembatan Item yang masih ramai dikunjungi oleh konsumen dan semakin banyak pedagangnya hingga saat ini menjadi salah satu indikator bahwa budaya *thrifting* masih eksis sampai detik ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menjelaskan strategi perdagangan yang digunakan oleh pedagang di pasar Jembatan Item, serta untuk mengetahui motivasi konsumen yang melakukan *thrifting* di pasar tersebut dan menjelaskan fenomena *thrifting* yang terjadi di pasar loak Jembatan Item Jatinegara.

---

<sup>4</sup> Indri Haryanti and Asep Miftahul Falah, "Fenomena Thrifting Sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung," *Jurnal ATRAT: Journal of Visual Arts containing scientific works on Art Culture Studies which includes Fine Art, Craft, and Design* 11, no. 2 (2023): 205–221, <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/3188>.

<sup>5</sup> Latif Setyo Nugroho, "Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (2023): 20–27, <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/4624>.

<sup>6</sup> Menteri Perdagangan Republik Indonesia, "Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor Dan Barang Dilarang Impor," in *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2022* (Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022).

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, yang menurut Ahmadi dan Narbuko, merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data yang terkumpul. Proses analisis dalam penelitian deskriptif melibatkan penyajian, analisis, dan interpretasi data.<sup>7</sup>

Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau memperoleh hasil tentang peristiwa atau fenomena tertentu dalam masyarakat. Fokusnya adalah untuk menjawab pertanyaan tentang apa, kapan, siapa, di mana, dan bagaimana terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti.<sup>8</sup>

Metode kualitatif deskriptif mencakup wawancara mendalam dengan subjek sebagai sumber utama data. Teknik yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Peneliti melakukan wawancara langsung atau tatap muka dengan informan yang telah dipilih berdasarkan hasil temuan dari observasi serta kriteria informan.

Penelitian kali ini dilakukan di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara oleh sebab peneliti menemukan ada fenomena *thrifting* terjadi. Di tempat tersebut banyak pedagang yang menjual berbagai macam barang loak yang selalu ramai dikunjungi konsumen terutama pada *weekend* dan hari libur nasional. Sehingga dapat dikatakan lokasi penelitian telah menjadi tempat terjadinya kegiatan *thrifting*. Peneliti menerapkan *Purposive Sampling* sebagai metode pengambilan sampel, di mana sampel diambil dari sumber data atau informan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan melakukan wawancara mendalam langsung dengan subjek di lokasi penelitian dalam penelitian ini. Peneliti juga sudah menemukan informan yang telah ditentukan atas dasar hasil dari observasi dan kriteria informan agar dapat menjawab masalah penelitian dan mendapatkan data sesuai kebutuhan peneliti. Informan dalam penelitian ini sebanyak delapan orang dengan rincian lima orang sebagai pedagang dan lima orang sebagai konsumen. Kelima informan pedagang yaitu Bapak Surjaya berumur 54 tahun, Bapak Mimbar berumur 31 tahun, Bapak Atik berumur 41 tahun, Bapak Iqbal berumur 42 tahun dan Bapak Yitno berumur 55 tahun. Ketiga informan konsumen yaitu Nurfathiyyah Amelia berumur 22 tahun, Ardiansyah Siddiq berumur 21 tahun dan Yopi Wardana berumur 22 tahun.

---

<sup>7</sup> Cholid Narbuko and Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

Berikut profil data informan:

No	Nama Informan	Usia	Status
1.	Surjaya	54	Pedagang
2.	Mimbar	31	Pedagang
3.	Atik	41	Pedagang
4.	Iqbal	42	Pedagang
5.	Yitno	55	Pedagang
6.	Nurfathiyyah A	22	Konsumen
7.	Ardiansyah S	21	Konsumen
8.	Yopi Wardana	22	Konsumen

Kedelapam informan tersebut merupakan pedagang dan konsumen Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara sekaligus pelaku *thrifting*. Kelima informan sudah berdagang cukup lama di pasar ini, begitupun dengan konsumen yang sudah berkali-kali membeli barang pasar ini. Kedua informan baik pedagang maupun konsumen telah memiliki pengalaman seputar jual *thrifting*. Kedua informan juga sesuai dengan kriteria dan dapat menjawab pertanyaan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat dua strategi berdagang yang dilakukan oleh pedagang dalam memasarkan barang dagangannya di antaranya dengan berdagang di pasar secara *offline* atau langsung berjualan ditempat dan berjualan secara *online* melalui *marketplace online*. Penelitian ini juga menemukan beberapa alasan dan tujuan konsumen melakukan *thrifting* di pasar ini di antaranya yaitu karena kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan perlengkapan alat kehidupan sehari-hari dengan harga yang cukup terjangkau, karena hobi seperti mengoleksi barang-barang antik dan unik yang tidak ada di toko baru atau resmi serta dan karena ingin merasakan sensasi belanja *thrifting* di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara. Berikutnya peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang di dapatkan.

### **Strategi Berdagang Pedagang *Thrifting***

Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara beralamat di Jalan Bekasi Timur III, Kelurahan Rawa Bunga, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta. Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara membentang kurang lebih sepanjang 3 kilometer mulai dari jalan Jatinegara Timur hingga jalan Jatinegara Timur III.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Seputar Jakarta, "Pasar Loak Jembatan Item: Tempat Berburu Barang Bekas Paling Pas," *Kumparan*, last modified 2024, <https://kumparan.com/>.

Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara beroperasi setiap hari mulai dari Senin sampai Minggu dengan jam operasional mulai dari subuh sampai malam. Pasar ini cenderung menjadi ramai saat akhir pekan, khususnya pada hari Sabtu dan Minggu, serta saat hari libur nasional. Pengunjung berdatangan untuk menikmati berbagai kegiatan perdagangan dan hiburan yang ditawarkan oleh pasar ini.<sup>10</sup>

Pedagang Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara menggunakan media berdagang yang berbeda-beda, ada yang menggunakan terpal atau meja lebar, ada yang menggunakan tenda sederhana berupa terpal yang bisa dipongkar pasang dan ada juga yang menggunakan kios atau bangunan permanen.

Terdapat dua strategi berdagang yang dilakukan oleh para pedagang untuk memasarkan barang dagangannya yaitu dengan cara berjualan secara *offline* atau langsung berjualan ditempat dan berjualan secara online melalui *marketplace online*. Untuk strategi dengan cara *offline* atau langsung berjualan ditempat diterapkan oleh kelima informan pedagang dengan cara yang cenderung sama.

Sebagaimana yang dikatakan oleh salah satu informan yaitu bapak Yitno, “Saya berjualan cuma kaya gini aja kak, jualan langsung ditempat pake tenda terpal gini biar gampang rapihinnya kalo mau tutup atau buka terus biar gampang juga nutupnya kalo lagi hujan kak.”

Hal serupa juga dikatakan oleh informan bapak Surjaya, “Semenjak saya dagang dari awal tahun 2000-an sampe sekarang saya dagangnya gini-gini aja mas, ngemper kaya gini pake tenda terpal.”

Untuk strategi berjualan secara *online* dijelaskan oleh salah satu informan yaitu bapak Iqbal bahwa, “Saya juga nyoba lewat *online* mas, biasanya saya pake OLX karena jangkauannya lebih luas dan waktu lagi Covid, saya juga terkendala buat jualan langsung karena ada peraturan PSBB atau PPKM dari Pemerintah. Kalau untuk berjualan di toko seperti biasa mas normal aja.”

### **Motivasi Konsumen Melakukan *Thrifting***

Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara atau biasa disebut Pasar Jembatan Item menjadi salah satu pasar barang loak yang cukup terkenal di DKI Jakarta. Pasar ini menjadi lokasi transaksi jual beli barang bekas terutama barang-barang elektronik dengan harga yang cukup terjangkau.

---

<sup>10</sup> Dedi Hantono, Wiendu Nuryanti, and Diananta Pramitasari, “Kajian Atribut Pada Aktivitas Pedagang Pasar Informal Di Pasar Loak Jembatan Item, Jakarta,” *NALARS: Jurnal Arsitektur* 23, no. 1 (2024): 77–84, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/nalars/article/view/14914>.

Pasar ini juga sudah berdiri cukup lama sejak awal tahun 2000-an. Dengan keberadaan pasar Jembatan Item yang masih ramai dikunjungi oleh konsumen dan semakin banyak pedagangnya hingga saat ini menjadi salah satu indikator bahwa budaya *thrifting* masih eksis sampai detik ini.

Setiap konsumen yang berkunjung di pasar ini pastinya punya alasan dan tujuan masing-masing, sebagaimana yang diungkapkan oleh ketiga informan yang telah diwawancarai oleh peneliti secara mendalam ternyata benar mereka memiliki alasan dan tujuan yang berbeda. Seperti informan Ardiansyah belanja *thrifting* atas dasar kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan kuliah, mengungkapkan bahwa, “Saya biasanya ke sini buat cari alat elektronik mas, biasanya buat kebutuhan alat-alat rumah tangga yang sekiranya rusak. Kadang juga cari keperluan barang buat praktikum kuliah yang susah dicari di toko resmi gitu mas.”

Informan lainnya adalah saudara Yopi memiliki alasan yang berbeda yaitu karena hobi mengoleksi barang-barang antik dan unik. Berikut ungkapan saudara Yopi saat diwawancarai, “Saya kalo ke sini selalu beli barang-barang yang unik dan antik sih kak, misal kaya jam tangan jadul, mata uang jadul entah itu lembaran atau receh sama perintilan barang unik atau antik yang random sesuai selera sih kak.”

Informan terakhir juga memiliki alasan yang berbeda, yaitu karena ingin merasakan sensasi *thrifting* di pasar ini. Berikut ungkapan saudari Nurfathiyyah, “Saya ke sini karena liat video-video yang lewat di Tiktok dan IG kak, ngeliat keseruan si konten kreator *thrifting* di sini dan barang-barang yang dijual juga cukup lengkap segala macam ada. Jadi akhirnya saya ke sini karena saya penasaran dan ingin coba gitu gimana rasanya *thrifting* di pasar ini kak.”

Dari hasil wawancara yang sudah dilaksanakan, peneliti dapat menyatakan bahwa jawaban-jawaban dari kelima informan pedagang dapat menjawab pertanyaan dari penelitian ini yaitu bagaimana strategi berdagang pedagang *thrifting* di pasar ini. Secara garis besar kelima pedagang menggunakan dua strategi, yaitu strategi berdagang secara *offline* atau langsung berjualan ditempat memasarkan barang dagangannya dan salah satu pedagang menggunakan strategi berdagang secara *online* melalui *marketplace* karena latar belakang masa pandemi Covid-19.

Dari kutipan ketiga informan konsumen juga bisa disimpulkan bahwa setiap konsumen memiliki alasan dan tujuan yang berbeda-beda untuk melakukan *thrifting*. Perbedaan alasan dan tujuan konsumen ini berhubungan dengan teori fenomenologi yang dijelaskan oleh Alfred Schultz.

Inti dari teori fenomenologi yang diperkenalkan oleh Alfred Schutz adalah pemahaman terhadap tindakan sosial yang berfokus pada perilaku individu atau individu lain dalam waktu lampau, saat ini, dan masa yang akan datang melalui proses penafsiran. Untuk menggambarkan seluruh tindakan seseorang, Schutz mengklasifikasikannya ke dalam dua jenis motif, yaitu: (1) Motif tujuan (*In order to motive*) dan (2) Motif karena (*Because motive*).<sup>11</sup>

Dalam teori ini, dianalisis mengenai alasan dan tujuan yang mendasari pilihan konsumen untuk melakukan *thrifting* di pasar ini. Setiap manusia pada dasarnya memiliki motivasi dan tujuan yang beragam dalam melakukan suatu tindakan. Oleh karena itu, memahami motif di balik pemilihan *thrifting* oleh konsumen di pasar ini menjadi penting karena mencerminkan kelangsungan budaya *thrifting*.

## **KESIMPULAN**

Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara telah menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini karena fenomena *thrifting* yang mengemuka di sana. *Thrifting*, yang merujuk pada kegiatan menghemat uang dengan membeli barang bekas, memiliki sejarah yang panjang dan bervariasi. Istilah *thrift* sendiri berasal dari bahasa Inggris dan pertama kali muncul pada abad ke-14, menggambarkan kondisi perkembangan, kemakmuran, dan penghematan pada masa tersebut. Praktik jual-beli barang bekas telah ada sejak Abad Pertengahan dan terus berkembang menjadi sistem barter yang melayani masyarakat kelas bawah hingga masa modern. Dengan munculnya organisasi seperti *Salvation Army* dan *Goodwill*, popularitas *thrifting* semakin meningkat pada pertengahan hingga awal abad ke-19. Awalnya, tujuan utama *thrifting* adalah mengumpulkan dana untuk disumbangkan kepada kaum tunanetra.

Pandemi COVID-19 menjadi pemicu bagi kebangkitan budaya *thrifting* karena masa sulit ini menuntut masyarakat untuk menghemat pengeluaran, terutama untuk kebutuhan pokok. Praktik *thrifting* tidak terbatas pada pakaian, melainkan juga mencakup kebutuhan hidup lainnya seperti peralatan rumah tangga dan alat elektronik. Pasar barang bekas, terutama Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara, menjadi tempat favorit bagi para pelaku *thrifting* mencari barang-barang dengan harga terjangkau. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami strategi perdagangan pedagang dan motivasi konsumen dalam melakukan *thrifting* di pasar ini. Hasilnya menunjukkan bahwa

---

<sup>11</sup> Stefanus Nindito, "Fenomenologi Alfred Schutz: Studi Tentang Konstruksi Makna Dan Realitas Dalam Ilmu Sosial," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2005): 79–94, <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/254>.



pedagang menerapkan dua strategi utama dalam berdagang, baik secara *offline* maupun *online* melalui *platform e-commerce*. Sementara itu, konsumen memiliki beragam alasan untuk melakukan *thrifting*, mulai dari memenuhi kebutuhan rumah tangga hingga keinginan untuk mengoleksi barang unik dan antik, serta untuk merasakan pengalaman berbelanja di pasar loak ini. Dengan demikian, fenomena *thrifting* di Pasar Loak Jembatan Item Jatinegara mencerminkan dinamika budaya konsumsi yang terus berkembang dan relevan dalam konteks ekonomi dan sosial masyarakat modern.

## REFERENSI

- Admin. “Sejarah Thrifting, Tren Anak Muda Zaman Sekarang.” *XT Square*. Last modified 2023. <https://www.xtsquare.co.id/4471/sejarah-thrifting-tren-anak-muda-zaman-sekarang/>.
- Hantono, Dedi, Wiendu Nuryanti, and Diananta Pramitasari. “Kajian Atribut Pada Aktivitas Pedagang Pasar Informal Di Pasar Loak Jembatan Item, Jakarta.” *NALARs: Jurnal Arsitektur* 23, no. 1 (2024): 77–84. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/nalars/article/view/14914>.
- Haryanti, Indri, and Asep Miftahul Falah. “Fenomena Thrifting Sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung.” *Jurnal ATRAT: Journal of Visual Arts containing scientific works on Art Culture Studies which includes Fine Art, Craft, and Design* 11, no. 2 (2023): 205–221. <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/3188>.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. “Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor Dan Barang Dilarang Impor.” In *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2022*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2022.
- Narbuko, Cholid, and Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Nindito, Stefanus. “Fenomenologi Alfred Schutz: Studi Tentang Konstruksi Makna Dan Realitas Dalam Ilmu Sosial.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2005): 79–94. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/254>.
- Nugroho, Latif Setyo. “Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa.” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (2023): 20–27. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/view/4624>.
- Oktawiningsih, Esti, and Abdul Ghofar Saifudin. “Fenomena Thrifting Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa.” *Jurnal Sahmiyya* 2, no. 2 (2023): 348–353. <https://103.142.62.251/sahmiyya/article/view/1800/1140>.
- Redaksi BisnisKUMKM. “Trend Thrifting, Pemerintah Larang Impor Baju Bekas.” *Portal Bisnis KUMKM*. Last modified 2023. <https://bisniskumkm.com/trend-thrifting-pemerintah-larang-impor-baju-bekas/>.
- Seputar Jakarta. “Pasar Loak Jembatan Item: Tempat Berburu Barang Bekas Paling Pas.” *Kumparan*. Last modified 2024. <https://kumparan.com/>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.