

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 KESIMPULAN

Fenomena *thrifting* merupakan fenomena yang sedang ramai digandrungi oleh masyarakat. Adapun *thrifting* itu sendiri dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas membeli barang-barang bekas untuk digunakan kembali. Aktivitas *thrifting* dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu dapat dilakukan dengan *offline* dimana konsumen dapat membeli barang-barang bekas tersebut langsung mengunjungi toko-toko yang memang menjual barang-barang *thrift*. Selain itu saat itu pun juga semakin berkembang dan merambah ke dunia digital, sehingga *thrifting* dapat dilakukan secara *online* yaitu dengan melalui penggunaan media-media sosial.

Tidak bisa dipungkiri media sosial merupakan salah satu media yang membantu memperkenalkan aktivitas *thrifting* itu sendiri kepada masyarakat, sehingga fenomena *online thrifting* pun semakin dikenal dan digemari oleh masyarakat terutama masyarakat di kalangan remaja. Terbukti dari hasil wawancara dalam penelitian ini, narasumber cenderung mencari informasi hingga melakukan aktivitas *thrifting* baik itu oleh pelaku usaha maupun penikmat *thrift* sendiri melalui media sosial. Salah satu media sosial yang paling sering digunakan adalah aplikasi Instagram, yang dimana dengan adanya media sosial ini dapat semakin memudahkan melakukan aktivitas *thrifting* lebih cepat dan efisien.

Keberadaan serta eksistensi *thrifting* semakin nyata dan berkembang karena semakin banyak pula masyarakat yang tertarik dan menggemari aktivitas *thrifting* tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menemukan beberapa

motif pembelian yang dilakukan oleh narasumber-narasumber antara lain dari segi ekonomis, ramah lingkungan serta untuk dapat mencari atau mengetahui identitas diri.

Dari segi ekonomis, narasumber cenderung memilih melakukan aktivitas *thrifting* karena harga atau biaya yang ditawarkan relatif lebih murah dibandingkan dengan membeli barang-barang yang baru. Namun walaupun dengan harga yang terjangkau konsumen atau penikmat *thrifting* tersebut akan tetap mendapatkan produk atau barang yang diinginkan dengan kualitas yang masih dapat dikatakan baik. Tak hanya itu dengan melakukan aktivitas *thrifting* itu sendiri beberapa narasumber percaya *thrifting* tersebut memiliki nilai positif yang akan berdampak terhadap lingkungan, yaitu dengan membeli atau menggunakan kembali barang-barang bekas yang masih layak pakai kita dapat ikut serta meminimalisir limbah tekstil dan juga barang-barang bekas tersebut memiliki nilai kegunaannya kembali. Aktivitas *thrifting* itu sendiri pun menjadi hal yang menarik, karena juga dapat dijadikan sebagai sarana mengekspresikan diri dengan bebas dan lebih kreatif.

## 5.2 SARAN

Adapun saran yang bisa disampaikan ditujukan bagi masyarakat baik itu pelaku usaha *thrifting* itu sendiri maupun penikmat *thrifting* agar lebih teliti dan memperhatikan produk-produk *thrift* tersebut untuk kesehatan masyarakat. Selain itu juga untuk menjaga eksistensi fenomena *online thrifting* itu sendiri, diharapkan para pelaku usaha dapat semakin jujur dan bertanggung jawab terhadap barang-barang *thrift* yang ditawarkan serta tidak memanfaatkan momentum di tengah populernya aktivitas *online thrifting* untuk semakin meninggikan harga tanpa adanya keterangan, *history* atau *value* yang jelas.