

STRATEGI ADAPTASI PENGUSAHA THRIFTING MENGHADAPI LARANGAN IMPOR PAKAIAN BEKAS DI RIAU

Tri Ulfa Wardani ¹⁾; Herianto ²⁾

¹⁾Ekonomi Islam, IAEI DI Yogyakarta/STEI Iqra Annisa Pekanbaru
triulfa@stei-iqra-annisa.ac.id

²⁾Ekonomi Islam, IAEI DI Yogyakarta/Universitas Gadjah Mada
Herianto97@mail.co.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the adaptation strategies employed by thrift entrepreneurs in Riau in response to the government's ban on imported second-hand clothing. The policy, intended to protect the local textile industry and reduce textile waste, has posed significant challenges for businesses reliant on such imports. Using a qualitative approach through in-depth interviews, the study finds that entrepreneurs have adopted various strategies, including product diversification, enhanced digital marketing, and partnerships with local suppliers. Nevertheless, they face key obstacles, particularly in sourcing alternative supplies and adapting to shifting consumer behavior. These findings offer critical insights into the dynamics of the local thrifting industry and provide policy recommendations to support the sustainability of small enterprises within the context of trade regulation and environmental concerns.

Keywords: *Thrifting, Adaptation Strategies, Second-Hand Clothing, Digital Marketing, Local Suppliers*

PENDAHULUAN

Industri perdagangan pakaian bekas impor, atau yang dikenal sebagai *thrifting*, merupakan sektor usaha yang berkembang pesat di berbagai daerah, termasuk Riau. Selain menyediakan pakaian dengan harga terjangkau, industri ini turut memberikan kontribusi terhadap ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja (Brooks, 2013; Das, 2025), dan mendukung praktik konsumsi berkelanjutan melalui daur ulang barang (Dharma, 2023). Dalam konteks bisnis internasional, aktivitas perdagangan lintas negara mencakup pertukaran barang, jasa, dan investasi yang melibatkan pengambilan keputusan di pasar global (Gumilar, 2018). Meskipun memberikan peluang seperti peningkatan pendapatan dan akses ke sumber daya baru (Simanjuntak et al., 2025), bisnis internasional juga menghadapi berbagai risiko seperti ketidakstabilan pasar, tantangan politik, serta hambatan infrastruktur (Sritex, 2025). Studi lain mengatakan peredaran barang impor ilegal secara terus menerus akan berdampak dengan industri lokal (M Susilo Agung et al., 2024).

Larangan impor pakaian bekas yang diberlakukan melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 menjadi kebijakan strategis pemerintah untuk melindungi industri

tekstil lokal dan mengurangi dampak lingkungan dari limbah tekstil. Namun, kebijakan ini memberikan dampak signifikan terhadap pelaku usaha *thrifting*, terutama di Riau, yang selama ini bergantung pada pasokan barang bekas impor. Mereka dihadapkan pada tantangan untuk berinovasi, menyesuaikan strategi pemasaran, dan mencari sumber pasokan alternatif agar tetap mampu bersaing di pasar domestik.

Masyarakat, khususnya kelas menengah ke bawah, masih menjadikan pakaian bekas impor sebagai pilihan utama karena harganya yang terjangkau dan kualitas yang dianggap baik. Oleh karena itu, pengusaha *thrifting* perlu merespons kebijakan ini melalui strategi adaptasi, seperti diversifikasi produk, peningkatan pemasaran digital, dan kolaborasi dengan pemasok lokal (Aslinda et al., 2025; Kim Camille O et al., 2025). Langkah ini tidak hanya penting untuk kelangsungan bisnis, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan produk lokal dan pengurangan ketergantungan terhadap impor (Terchila, 2025). Penelitian lain juga menekankan bahwa adaptasi model bisnis di era kebijakan protektif memerlukan inovasi digital dan kolaborasi rantai pasok sebagai kunci daya saing UMKM (Daryanto et al., 2024). Namun demikian, kebijakan larangan impor ini juga menuai kritik karena dianggap tidak membedakan antara barang bekas yang masih layak pakai dan yang tidak, sehingga berpotensi merugikan masyarakat dan pelaku usaha (Tumangger, 2023). Oleh karena itu, fleksibilitas kebijakan dan dukungan bagi pelaku usaha menjadi penting agar transisi menuju pasar domestik yang lebih kuat dapat berjalan efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi adaptasi yang diterapkan oleh pengusaha *thrifting* di Riau dalam menghadapi kebijakan larangan impor pakaian bekas. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi tantangan yang mereka hadapi dan memberikan rekomendasi bagi pembuat kebijakan dalam menyusun regulasi yang lebih responsif dan mendukung keberlanjutan industri *thrifting* di Indonesia.

KONSEP TEORITIS

Adaptasi Organisasi

Adaptasi organisasi dalam menghadapi dan menanggapi dinamika lingkungan eksternal seperti perubahan regulasi, tekanan pasar dan kritis pasokan. Miles & Snow, (1978) mengatakan bahwa organisasi merespon lingkungan melalui beberapa strategi yaitu: inovatis, bertahan, kombinasi dan reaksi tanpa strategi tetap. Adapun empat strategi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. *Prospector*, yaitu organisasi yang mencari peluang baru, berinovasi dan cepat merespon perubahan pasar.
2. *Defender*, yaitu tetap fokus mempertahankan pasar, mengoptimalkan operasional dan menjaga kestabilan produk
3. *Analyzer*, yaitu mengkombinasikan *prospector* dan *defender* untuk menjaga produk inti.
4. *Reactor*, yaitu tidak memiliki pola strategi yang konsisten, bereaksi ketika masalah muncul.

Dalam konteks bisnis *thrifting* adaptasi dapat berupa diversifikasi produk, penguatan jaringan pasokan lokal dan reposisi segmen pasar. Riset yang dilakukan Giunipero et al., (2022) menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil lebih cenderung memilih strategi *prospector* daripada menghadapi tekanan eksternal seperti krisis pasokan.

Strategi Pemasaran

Pelaku usaha menciptakan nilai kepada konsumen terutama pada inovasi produk dan saluran distribusi. Kotler, P., & Keller, (2016) menekankan bahwa pada saat kondisi yang tidak pasti langkah strategi pemasaran yang diambil harus responsive terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Dalam konteks usaha *thrifting* pemasaran berbasis digital seperti sosial media, pemasaran berbasis komunitas dan pendekatan local sangat penting dilakukan. Penelitian yang dilakukan Daryanto et al., (2024) menunjukkan bahwa digital marketing dan kolaborasi rantai pasok secara signifikan meningkatkan resiliensi UMKM dalam menghadapi pembatasan kebijakan.

Regulasi dan Perdagangan Internasional

Menjadi kerangka dalam memahami latar belakang kebijakan larangan impor pakaian bekas. Regulasi ini mencerminkan upaya negara untuk melindungi industri tekstil lokal dan mendorong produksi dalam negeri, sejalan dengan semangat keberlanjutan. WTO (2021) menyebut bahwa negara berkembang kerap mengandalkan kebijakan protektif untuk memperkuat industri domestik. Namun demikian, dampak terhadap sektor informal perlu dikaji lebih dalam. Riset yang dilakukan Siregar & Surya, (2020) menunjukkan bahwa pelaku sektor informal sangat rentan terhadap intervensi kebijakan yang tidak memperhatikan struktur pasar akar rumput.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena jual beli pakaian bekas impor dan strategi adaptasi pengusaha *trifiting* di Riau terkait peraturan Menteri Perdagangan No. 40 Tahun 2022. Pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam, studi kasus, dan analisis konten untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi adaptasi pelaku usaha terhadap kebijakan larangan impor (Marihhot 2022; Tumangger, 2023). Sumber data didapat dari wawancara para pelaku usaha *thrifting* serta Library research dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur seperti buku, jurnal, dan kebijakan pemerintah (Syahza, 2021). Adapun jumlah responden yang digunakan sebanyak 10 orang dengan pembagian 5 pelaku usaha sebagai narasumber dan 5 konsumen sebagai observasi awal sebelum melakukan wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan dengan dua kelompok partisipan, yaitu lima pelaku usaha *thrifting* yang telah berpengalaman lebih dari satu tahun dan 5 Konsumen. Data tambahan dikumpulkan melalui observasi lapangan serta dokumentasi berupa peraturan dan materi promosi dari pelaku usaha. Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan disesuaikan dengan fokus masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan observasi, para pelaku usaha *thrifting* di Riau menerapkan berbagai strategi adaptasi. Sebagian besar responden melaporkan penurunan permintaan hingga 40–60% setelah kebijakan dilaksanakan, akibat menipisnya stok impor yang sebelumnya menjadi daya tarik utama, kenaikan harga produk lokal, serta gangguan pada

rantai pasok. Berikut rangkuman temuan wawancara berdasarkan 5 narasumber pelaku usaha thrifting di Riau.

Tabel. 1 Rangkuman Wawancara Pelaku Usaha

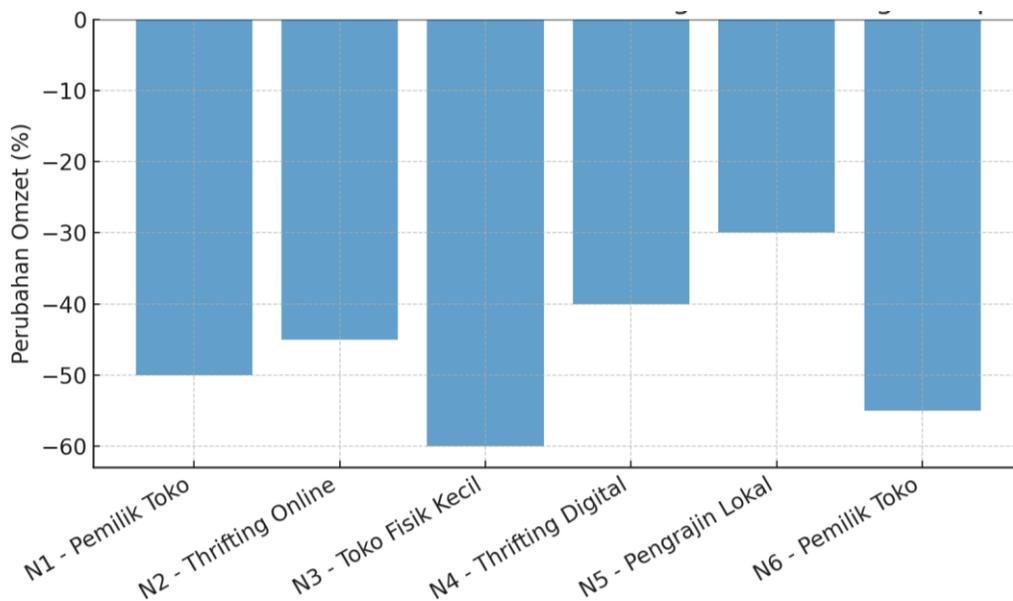
Narasumber	Peran/Usaha	Kutipan	Adaptasi
Narasumber 1	Pemilik toko thrifting, Pekanbaru	<i>“Semenjak adanya larangan impor, jujur kami terpukul. Bisa mematikan usaha kami. Biasanya dapat barang dari luar yang kualitas bagus harganya murah. Kalau dibatasi jadi gak ada barang yang kami jual. Kalau beli barang local dan baru harganya lebih mahal kualitas juga gak bagus.”</i>	Diversifikasi produk dan kolaborasi pengrajin lokal: memperluas marketplace dan media sosial
Narasumber 2	Pelaku thrifting online	<i>“Banyak pelanggan yang kecewa karena pembatasan baju bekas dari luar negeri. Kami mutar otak untuk menghabiskan barang sisa jual paket bundling dan diskon di social media. Kami juga beli sisa gudang dari distro lokal. Tapi ya, tetap berat karena harganya luamyen mahal”</i>	Diskon loyalitas, paket hemat dan bundling produk; negosiasi stok distro lokal; membuat live streaming komunitas
Narasumber 3	Pelaku Thrifting toko fisik kecil, Perawang	<i>“Kami hanya bergantung pada</i>	Strategi reaktif: menaikkan harga,

		<i>stok yang ada, jadi saat impor dilarang, kami harus menaikkan harga atau tutup sementara. Kami belum tahu cara berjualan online.”</i>	menunggu regulasi
Narasumber 4	Pelaku thrifting digital, Instagram	<i>“Pelanggan kami banyak yang tidak paham thrifting itu konsepnya sustainability, bukan sekedar barang murah. Banyak yang kapok beli karena takut kotor atau lusuh.”</i>	Edukasi pasar informal melalui storytelling di feed; grup WhatsApp untuk diskusi produk.
Narasumber 5	Pengrajin lokal dan mitra kolaborasi	<i>“kami mendapatkan order jahit ulang dan modifikasi baju bekas, tapi kapasitas kami terbatas. Kadang tidak bisa memenuhi permintaan. Harapnya ada pelatihan dan dukungan modal.”</i>	Kolaborasi pembuatan produk lokal; permintaan pelatihan & pendanaan.
Narasumber 6	Pemilik toko thrifting, Pekanbaru	<i>“Sejak larangan itu diberlakukan, kami kewalahan. Permintaan menurun drastis karena stok yang biasa kami punya barang-barang branded dari luar sudah tidak ada. Pelanggan kecewa karena pilihan barang jadi sedikit dan kualitasnya nggak sebanding. Otomatis, omzet juga ikut turun. Selain penurunan pembeli,</i>	Diversifikasi produk dan kolaborasi pengrajin lokal: memperluas marketplace dan media sosial

harga barang alternatif yang dijual di lokal jadi mahal. Barang dari Jakarta atau Surabaya, misalnya, lebih mahal karena mereka juga susah cari stok. Ditambah lagi masyarakat belum paham konsep thrifting secara menyeluruh, jadi mereka pikir semua baju bekas itu kotor atau murahan.”

Untuk memperjelas temuan lapangan, berikut disajikan ringkasan strategi adaptasi, dampak utama, serta estimasi perubahan omzet yang dialami oleh para pelaku usaha thrifting di Riau berdasarkan hasil wawancara mendalam. Data ini menggambarkan variasi respon pelaku usaha dalam menghadapi kebijakan larangan impor pakaian bekas.

Grafik 1. Grafik Perubahan Omzet Pelaku Usaha



Strategi Adaptasi

Hasil temuan berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa pengusaha thrifting di Riau secara umum mengalami penurunan permintaan secara drastis, terutama pasca diberlakukannya larangan impor pakaian bekas. Para pelaku usaha

menyampaikan bahwa omzet mereka turun antara 40 hingga 60 persen. Dampak tersebut disebabkan oleh menipisnya stok barang impor yang sebelumnya menjadi daya tarik utama konsumen, meningkatnya harga pakaian alternatif dari gudang lokal, serta terhambatnya distribusi pasokan yang selama ini menjadi tulang punggung usaha mereka.

Narasumber 1, pemilik toko thrifting di Pekanbaru, merespons krisis ini dengan melakukan diversifikasi produk melalui kolaborasi dengan pengrajin lokal. Ia juga memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan platform digital seperti marketplace dan media sosial untuk memasarkan produknya. Upaya ini menunjukkan adanya adaptasi aktif, di mana pelaku usaha tidak hanya menunggu perubahan regulasi, tetapi juga mencari cara agar tetap relevan di tengah perubahan pasar.

Sementara itu, Narasumber 2, pelaku usaha thrifting online, menekankan pentingnya strategi pemasaran berbasis komunitas. Ia memanfaatkan fitur live-streaming untuk menjangkau konsumen secara langsung serta memberikan diskon loyalitas untuk mempertahankan pelanggan lama. Namun, tantangan besar yang dihadapi adalah mengubah persepsi masyarakat yang masih mengaitkan thrifting dengan barang impor murah atau tidak higienis. Strategi seperti bundling dan diskon hemat diterapkan agar harga tetap kompetitif, meskipun biaya perolehan barang lokal lebih tinggi daripada barang bekas impor. Pelaku ini juga mulai menegosiasikan harga dengan distributor lokal untuk menjaga margin keuntungan tetap stabil.

Meskipun terdapat pelaku usaha yang secara aktif beradaptasi, beberapa lainnya memilih untuk menunggu kejelasan regulasi sambil menaikkan harga produk untuk menutup penurunan penjualan. Minimnya pemahaman masyarakat terhadap konsep thrifting sebagai bentuk konsumsi berkelanjutan juga memperburuk situasi, karena publik masih belum sepenuhnya menerima alternatif produk lokal sebagai pengganti produk bekas impor.

Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara dengan lima pelaku usaha, dapat disimpulkan bahwa mereka merasakan dampak nyata dari pelarangan impor. Stok barang menjadi terbatas, harga meningkat signifikan, dan toko-toko kehilangan pelanggan tetap. Strategi pemasaran yang sebelumnya bergantung pada toko fisik mulai bergeser ke digital, dengan Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi kanal utama pemasaran. Namun, tanpa edukasi pasar dan dukungan struktural dari pemerintah, adaptasi ini belum dapat sepenuhnya menggantikan sistem lama.

Dampak Kebijakan Larangan Impor

Penurunan permintaan dan omzet. Hampir semua responder mencatat penurunan pelanggan hingga 40-60 % sejak kebijakan berlaku. Omzet turun seiring menipis stok barang kualitas impor yang dulu menjadi daya tarik utama.

Kenaikan harga barang alternatif. Keterbatasan pasokan impor memaksa pelaku membeli sisa gudang distro lokal harga naik rata-rata 30-50 % dibanding sebelumnya. Kenaikan ini menjadi beban tambahan bagi konsumen yang mengandalkan thrifting untuk pakaian murah.

Kesulitan rantai pasok. Pelaku usaha mengeluhkan minimnya jaringan suplai lokal yang terstandar. Variasi kualitas dan kuantitas produksi pengrajin lokal masih belum mampu memenuhi permintaan massal.

Perubahan persepsi konsumen. Sebagian pelanggan belum memahami konsep thrifting berbasis berkelanjutan; mereka masih mengasosiasikan thrifting dengan “murahan” atau

“kotor”. Edukasi pasar melalui konten storytelling dan testimoni pelanggan baru dilakukan secara ad hoc oleh pelaku usaha.

Strategi Pemasaran Digital dan Ketahanan Usaha

Dalam konteks dinamika pasar dan perubahan regulasi, pelaku usaha dituntut untuk lebih responsif dalam membangun strategi pemasaran. Sesuai dengan pandangan Kotler & Keller, (2016), strategi pemasaran yang efektif harus mampu merespons kebutuhan konsumen yang berubah serta menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang fluktuatif. Dalam praktiknya, para pelaku usaha *thrifting* di Riau mengintegrasikan pemasaran digital sebagai tulang punggung kegiatan usaha mereka.

Para pelaku aktif melakukan promosi melalui media sosial, mengadakan flash sale, dan membuat konten storytelling untuk membentuk persepsi positif terhadap produk lokal. Hal ini memperkuat temuan Daryanto et al., (2024) bahwa strategi digital marketing dan kolaborasi dalam rantai pasok merupakan kunci dalam memperkuat resiliensi UMKM. Selain promosi, mereka juga menjalin kerja sama dengan pengrajin lokal untuk membentuk rantai pasok baru yang dapat menggantikan sumber pasokan impor. Kolaborasi ini, meskipun masih menghadapi tantangan dalam skala produksi dan mutu produk, menunjukkan adanya upaya sistemik dari pelaku usaha untuk bertahan.

Komunitas pelanggan juga menjadi perhatian. Beberapa pelaku usaha membentuk grup di WhatsApp dan Telegram, menyelenggarakan event komunitas seperti "thrifting circle", dan mengadakan edukasi tentang nilai keberlanjutan. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai pemasaran, tetapi juga sebagai media edukasi konsumen untuk mengubah stigma terhadap produk *thrifting*.

Tantangan Regulasi dan Implementasi di Sektor Informal

Larangan impor pakaian bekas dimaksudkan untuk melindungi industri tekstil dalam negeri dan mendorong konsumsi produk lokal. WTO (2021) menyatakan bahwa negara berkembang memang kerap menggunakan proteksionisme sebagai alat untuk memperkuat sektor domestik. Namun, kebijakan ini memiliki dampak lanjutan terhadap sektor informal yang selama ini tidak memiliki posisi tawar dalam kebijakan perdagangan nasional.

Sebagian besar pelaku usaha *thrifting* yang diwawancarai menyatakan tidak keberatan dengan tujuan kebijakan, namun mereka menyayangkan absennya strategi transisi dari pemerintah. Pelaku usaha merasa ditinggalkan karena tidak ada bantuan, pelatihan, atau informasi jelas mengenai langkah adaptasi yang dapat mereka tempuh. Mereka juga berharap adanya relaksasi aturan, seperti pemberian kuota impor terbatas bagi UMKM atau skema bea masuk yang lebih terjangkau agar transisi ke produk lokal dapat berjalan lebih mulus.

Siregar & Surya, (2020) menegaskan bahwa intervensi kebijakan tanpa mempertimbangkan struktur akar rumput akan menimbulkan kerentanan sosial ekonomi yang lebih dalam. Dalam kasus Riau, pelarangan impor justru menciptakan “shock” pasokan dan memaksa pelaku usaha bertahan di tengah ketidakpastian, dengan sumber daya dan informasi yang sangat terbatas.

Harapan Pelaku dan Rekomendasi

Temuan ini memperlihatkan bahwa larangan impor pakaian bekas memang menciptakan tekanan besar bagi pelaku usaha thrifting, tetapi pada saat yang sama juga membuka ruang untuk inovasi dan transisi. Adaptasi berupa diversifikasi produk, kolaborasi lokal, dan pemasaran digital menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi untuk tetap berkembang dalam kerangka regulasi baru. Namun, adaptasi yang dilakukan mengharuskan kehadiran pemerintah sebagai pemangku kebijakan untuk keberlangsungan pasar.

Pemerintah perlu menimbang kembali pendekatan regulasi yang kaku dan mulai merancang kebijakan yang lebih inklusif. Salah satu opsi yang dapat dipertimbangkan adalah pemberian kuota impor terbatas dengan inspeksi mutu, agar UMKM dapat mengakses barang berkualitas sambil memperkuat rantai pasok domestik. Di sisi lain, pelatihan produksi, bantuan modal, dan insentif pemasaran digital harus diperluas untuk mempercepat transformasi pelaku usaha menuju model usaha yang legal dan berkelanjutan.

Dengan memberikan dukungan tersebut, negara tidak hanya menjaga keberlanjutan industri tekstil lokal, tetapi juga memastikan sektor informal tetap menjadi bagian integral dari perekonomian nasional. Strategi ini akan menciptakan keseimbangan antara perlindungan industri dalam negeri dan inklusi ekonomi di tingkat akar rumput.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa larangan impor pakaian bekas memiliki tujuan strategis untuk kepentingan nasional, yaitu melindungi industri tekstil dalam negeri, mendorong produksi lokal, mengurangi limbah, serta mendukung keberlanjutan (WTO, 2021). Namun, implementasi kebijakan ini menghadapi kendala nyata, terutama terkait keterbatasan sumber daya, koordinasi antarinstansi yang lemah, dan minimnya komunikasi kepada pelaku sektor informal.

Secara empiris, pelaku usaha thrifting di Riau mengalami penurunan penjualan yang signifikan akibat kebijakan larangan impor. Mereka menghadapi kesulitan dalam memperoleh pasokan dan melihat perubahan preferensi konsumen. Meskipun demikian, pelaku usaha menunjukkan resiliensi melalui berbagai strategi, seperti diversifikasi produk, optimalisasi media sosial, kolaborasi dengan komunitas dan produsen lokal, serta penekanan pada tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan ini menegaskan pentingnya adaptasi bisnis yang inovatif di sektor informal.

Oleh karena itu, kebijakan yang diambil pemerintah perlu disertai pendekatan partisipatif dan adaptif agar tidak memarginalkan sektor informal yang telah menjadi bagian penting dari ekonomi rakyat. Rekomendasi kebijakan yang inklusif dan implementasinya secara konsisten akan mendukung transisi pasar domestik yang lebih kuat dan berkelanjutan bagi industri thrifting.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslinda, N., Nuryamin, M., Jamaluddin, J., Khaeruddin, F., & Muis, N. (2025). Thrift Business Marketing Mix Strategy (Study at NS Thrift Store) in Pinrang District. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.26858/jab.v4i1.69960>
- Brooks, A. (2013). Stretching global production networks: The international second-hand clothing trade. *Geoforum*, 44, 10–22. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.06.004>
- Daryanto, A., W., Prabowo, H., Hamsal, M., & Elidjen, E. (2024). RISK MANAGEMENT AND SUPPLY CHAIN RESILIENCE STRATEGY TO DELIVER BUSINESS

PERFORMANCE IN THE DYNAMICAL ENVIRONMENTAL CHANGE.
International Journal of EBusiness and EGovernment Studies, 16(4), 104–124.

- Das, D. (2025). *Secondhand Clothing in Global Commerce : Trade Patterns and Impact*.
- Dharma, I. K. W. (2023). Factors that Influence Generation Z's Purchase Intention Towards Imported Secondhand Clothes In Indonesia. *Journal Integration of Management Studies*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.58229/jims.v1i2.91>
- Giunipero, L. C., Denslow, D., & Rynarzewska, A. I. (2022). Small business survival and COVID-19 - An exploratory analysis of carriers. *Research in Transportation Economics*, 93, 101087. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2021.101087>
- Gumilar, A. (2018). Angga Gumilar Produk ekspor Indonesia sedang. *Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia*, 2(2), 141–154.
- Kim Camille O, D. T., Jeralyn D, E., Sharmel J, C., Ann T, D. E., & Louis G, L. B. (2025). The Thrift Shop Entrepreneur's Guide to Success: Overcoming Challenges and Building a Thriving Business in City of Cavite. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 5(2), 1916–1919. <https://doi.org/10.62225/2583049x.2025.5.2.4085>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th ed.* Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (New Jersey). Pearson Prentice Hall. https://books.google.co.id/books?id=_-2hDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false
- M Susilo Agung, Aris Prio Agus, Nanda Puspita, Nurani Sofiyana, & Shahnata Putri Dwi. (2024). Dampak Penjualan Barang Thrifting Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum Dan Politik*, 2(1), 278–285.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, Structure, and Process*. McGraw-Hill.
- Simanjuntak, F. H., Putri, N. S., Dan, E., Islam, B., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). *Membangun Ekonomi Berkelanjutan : Kontribusi UMKM dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat. September*.
- Siregar, H., & Surya, D. (2020). The Resilience of Informal Sector Traders under Trade Regulation Pressure in Indonesia. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 27(3), 200–214.
- Sritex, P. T. (2025). *Dampak Thrifting terhadap Industri Tekstil Indonesia : Perspektif*. 5(2), 425–439.
- Syahza, A. (2021). *Buku Metodologi Penelitian* (Revisi). UNRI Press.
- Terchila, S. (2025). *The Future of Entrepreneurship: Strategic Approaches for Business*

Adaptation in a Changing Global Environment. From Risks to Opportunities. *Studies in Business and Economics*, 20(1), 263–280. <https://doi.org/10.2478/sbe-2025-0015>

Tumangger, A. I. (2023). Strategi Adaptasi Pengusaha Thrifting Menghadapi Larangan Impor Pakaian Bekas. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 3076–3087. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp>

WTO, (World Trade Organization). (2021). *Economic Resilience and Trade*. Geneva: WTO Publications.