

THRIFTING SEBAGAI TREN WISATA URBAN DI KOTA AMBON

Mareldy S.Pattiwaellapia^{1*}, Victor D.Tutupary¹, Yamres Pakniany¹

¹Program Studi Pariwisata Budaya dan Agama, Institut Agama Kristen Negeri Ambon, Indonesia

*Corresponding Author: sefranymareldy@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian membahas tentang tren *thrifting* yang banyak digandrungi oleh masyarakat sekitar dan lebih khusus oleh para remaja dan mahasiswa apabila dilihat dari sudut pandang wisata urban. Penelitian ini berlokasi pada Kawasan Mardika, Kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau Kota Ambon. Pada saat ini *thrifting* menjadi salah satu tempat yang ramai dikunjungi masyarakat kota Ambon. Masyarakat lebih memilih untuk membeli produk *thrifting* dikarenakan harganya yang terjangkau dan bisa memperoleh produk yang bagus. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara yang dilakukan terhadap beberapa informan baik pada pembeli atau peminat *thrifting* dan juga pada penjual produk *thrifting* yang berlokasi di Kawasan Mardika. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memerlukan adanya pengembangan gedung tempat *thrifting*, dan kebersihan lingkungan. Oleh sebab itu pengembangan *thrifting* dilakukan menggunakan 4A yakni, aktraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari dan juga strategi pengembangan berdasarkan SWOT.

Kata kunci: *Thrifting*, Wisata, Urban, Ambon, Tren, SWOT.

ABSTRACT

This research discusses the trend of *thrifting*, which is much loved by the surrounding community and, more specifically, by teenagers and students when viewed from an urban tourism perspective. This research is in the Mardika Area, Rijali Village, Sirimau District, Ambon City. At this time, *thrifting* has become one of the places visited by the people of the city of Ambon. People prefer to buy *thrifting* products because the prices are affordable, and they can get good products. This study used a qualitative research method, with data collection techniques in the form of interviews conducted with several informants, both *thrifting* buyers and enthusiasts and also *thrifting* product sellers in the Mardika area. The results of this study indicate that the community needs the development of *thrifting* buildings and environmental cleanliness. Therefore, *thrifting* development is carried out using 4A, namely, attraction, accessibility, amenities, and ancillary, as well as a development strategy based on SWOT.

Kata kunci: *Thrifting*, Tourism, Urban, Ambon, Trends, SWOT.

1. PENDAHULUAN

Kota Ambon mempunyai berbagai jenis wisata yang potensial, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata seni dan budaya, wisata kuliner, dan sebagainya. Namun selain itu sebagai ibu kota Provinsi Maluku, Kota Ambon juga memiliki daya tarik wisata perkotaan atau wisata urban yang cukup potensial, salah satunya adalah wisata belanja

UU Nomor 10 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pariwisata, termasuk pengusaha tempat tujuan dan daya tarik wisata serta perusahaan yang terkait dengan industri tersebut. Salah satu jenis pariwisata adalah wisata perkotaan. Wisata perkotaan pada hakekatnya merupakan produk wisata yang menitikberatkan pada berbagai atraksi, pelayanan dan aksesibilitas, serta dapat menarik pengunjung baik domestik maupun mancanegara seperti wisatawan, pengusaha dan konvensi (Priono, 2012). Wisata perkotaan atau urban tourism ialah kegiatan pariwisata yang bertempat di perkotaan. (Priono, 2012). Wisata perkotaan atau urban tourism ialah kegiatan pariwisata yang bertempat di perkotaan.

Menurut Jansen Verbeke (Priono, 2012) pariwisata kota mempunyai beberapa elemen, elemen tersebut adalah elemen sekunder yang terdiri dari fasilitas kuliner dan fasilitas belanja. Dengan demikian wisata belanja juga merupakan elemen dari industri pariwisata kota. Industri pariwisata kota memiliki keterkaitan dengan sektor lain. Dalam hal ini wisata belanja juga merupakan bagian dari industri wisata. Berbelanja merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang secara sukarela (Timothy & Kim, 2015). Belanja juga merupakan kebutuhan masyarakat dapat membeli produk yang mereka sukai dan diperlukan dan salah satunya yaitu pakaian seperti baju, celana, jaket dan lain sebagainya. Masyarakat memerlukan pakaian untuk menunjang penampilan. Wisata belanja adalah aktivitas wisata yang dilakukan oleh sebanyak orang. Berwisata tidak dapat dipisahkan dari berbelanja. Orang yang berwisata biasanya membeli sesuatu baik di dalam perjalanan maupun di tempat wisata. Wisata belanja *thrifting* merupakan tren yang terjadi di Ambon, yang di mana masyarakat lebih menyukai atau membeli pakaian bekas namun branded. Tren *thrifting* membuat masyarakat lebih memilih untuk membeli pakaian bekas ketimbang membeli pakaian baru. Tentunya berbelanja *thrifting* dapat menghemat pengeluaran para pembeli.

Thrifting sekarang adalah pembelian produk untuk mendapatkan harga yang lebih terjangkau pada produk dan produk tersebut tidak umum seperti selera pasar saat ini. *Thrifting* juga dipahami sebagai kegiatan mencari dan membeli barang bekas, karena merupakan urusan pakaian yang dicari sesuai dengan keinginan, model yang tepat dan harga yang sesuai, agar kita puas dengan pembelian barang yang sesuai. untuk kita. harapan *thrifting* juga merupakan pencarian barang bekas di tempat-tempat tertentu di mana barang bekas dijual. *Thrifting* memiliki banyak peminat, mulai dari anak muda seperti pelajar hingga orang tua. Kebanyakan orang membeli produk karena harganya yang murah dan memiliki desain serta bahan yang tidak banyak dipasaran. Kebanyakan dalam *thrifting* terdapat barang-barang yang bermerek dan juga langka, limited edition (Nazura Gulfira, 2018) Fenomena *thrifting* atau tren *thrifting* bisa dikatakan sebagai gaya hidup masyarakat, khususnya bagi anak muda zaman sekarang yang ingin tampil keren namun mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Ada berbagai tempat untuk barang bekas di Kota Ambon dan sudah banyak orang yang membuka toko barang bekas. Tepatnya pada kawasan Mardika Kecamatan Sirimau Ambon, Maluku terdapat beberapa tempat *thrifting* yaitu di lorong tahu, sebelah tempat speed boat, dan juga di swalayan citra, masing-masing tempat *thrifting* memiliki harga dari Rp10.000-Rp100.000.

Setiap hari tempat perbelanjaan *thrifting* ramai pengunjungnya, masyarakat Kota Ambon lebih mengenal *thrifting* dengan sebutan cakbor atau cakar bongkar. Adapun juga pedagang menjual barang-barang *thrifting* secara online di media sosial mereka sendiri, ataupun mereka membuat media sosial khusus mengenai *thrifting* banyak juga masyarakat membeli pakaian *thrifting* dari sosial media. Fenomena *thrifting* ini berdampak positif bahkan negatif pada lingkungan. Dampak positif dari *thrifting* yaitu menurunkan tingkat pembuangan sampah yang dimana barang-barang yang dijual di thrift shop merupakan barang yang sudah tidak digunakan

atau dipakai oleh pemiliknya sehingga dapat mengurangi jumlah sampah, mengurangi permintaan akan produksi baru yang dimana dengan adanya thrift shop permintaan barang baru dapat dikurangi dan dapat mengurangi permintaan barang baru, membantu mengurangi emisi gas rumah kaca. Produksi barang baru dapat menghasilkan meningkatnya emisi dan gas rumah kaca dengan adanya thrift shop ini maka permintaan barang produksi baru dapat dikurangi sehingga dapat mengurangi emisi gas. Dampak negatif *thrifting* dilansir dari (Media mahasiswa Indonesia 2022) para pengusaha thrift shop yang kebanyakan mengimpor pakaian bekas dari luar negeri dimana baju-baju tersebut dibeli dalam bentuk bal atau karung yang tidak semuanya dalam kondisi bagus, hanya 65% pakaian dalam satu bal yang layak untuk dijual kembali sedangkan 35% sisanya merupakan pakaian yang minus atau tidak layak pakai sehingga otomatis akan menjadi sampah yang berdampak negatif bagi lingkungan sekitar. Empat lokasi *thrifting* yang berada di kawasan Mardika, Kelurahan Rijali Kecamatan Sirimau yaitu pada lokasi swalayan citra, sebelah terminal angkutan umum kopertis, sebelah speed boat, dan lorong tahu. Dalam hal ini, belum adanya pengembangan yang dilakukan pada lokasi ini. Berupa akses gedung yang memadai, dan juga berbagai macam fasilitas – fasilitas pendukung lainnya. Dengan ini perlu adanya peran dari pemerintah dan juga masyarakat dalam halnya pedagang *thrifting* agar *thrifting* ini bisa lebih ditata dengan baik. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi tren *thrifting* sebagai tren wisata urban di Kota Ambon.

2. METODE

Penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali informasi tentang *thrifting* dan wisata urban di Kota Ambon. Metode penelitian kualitatif mengacu pada penelitian yang dilakukan dalam kondisi penelitian yang alamiah, dan dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Sedangkan penelitian deskriptif, yaitu penelitian dengan menggunakan metode yakni menggambarkan suatu penelitian (Sugiyono, 2014). Penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang fenomena yang berkaitan dengan peristiwa, perilaku seseorang, observasi dan tindakan dengan cara deskripsi (Moleong, 2005)

Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai tanggapan masyarakat mengenai tren *thrifting* di Kota Ambon dan juga mengenai pengembangan *thrifting* sebagai tren wisata urban di Kota Ambon di kawasan Mardika Kecamatan Sirimau Kota Ambon.

Dalam penelitian ini, dilakukan pada 4 (empat) lokasi *thrifting* yang berada di Kawasan Mardika, Kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau Kota Ambon, yaitu pada lokasi *thrifting* di swalayan citra, sebelah speed boat, Sebelah terminal angkutan umum kopertis, dan juga pada lorong tahu. Keempat lokasi ini merupakan lokasi *thrifting* yang sering dikunjungi masyarakat Kota Ambon.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi Thrifting

Lokasi Thrifting Swalayan Citra

Lokasi tempat *thrifting* di swalayan citra berada pada Jl. Tulukabessy Kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau Kota Ambon, Maluku. Dulunya swalayan citra merupakan tempat berbelanja makanan, minuman dan perabotan rumah tangga, tetapi sekarang sudah di fungsikan sebagai tempat *thrifting*. swalayan citra ini memiliki 3 lantai dan pedagang menyewa swalayan citra untuk berdagang. Dengan memiliki 3 lantai membuat tempat *thrifting* di citra ini sangatlah luas dan menawarkan berbagai jenis pakaian dari anak anak, sampai orang dewasa. Karena berada di depan jalan raya maka sangat menguntungkan bagi para penjual *thrifting* di swalayan citra ini. Lokasi *thrifting* yang ada di swalayan citra ini buka setiap hari, dari pukul 10.00 WIT – 19.30 WIT. Setiap hari di citra ini sangatlah ramai pembeli. Penataan tempat penjualan *thrifting* dalam gedung citra ini pun sangat teratur dimana pada lantai 1 lantai dasar terdapat multi produk yang menyediakan holden, tas, sepatu, spre, keset kaki, selimut bahkan jas pakaian juga ada. Pada lantai 2 terdapat pakaian pria sedangkan pada lantai 3 menjual khusus pakaian wanita. Terdapat

banyak sekali pakaian wanita dan celana jeans dengan motif dan varian yang berbeda-beda. Pembeli yang datang berkunjung melihat-lihat produk *thrifting* pun sangat nyaman dikarenakan dalam lokasi ini, gedungnya terawat dan juga terdapat AC yang membuat ruangan sangat sejuk dan juga keamanan yang baik yaitu berupa CCTV dan juga Security. Di depan tempat *thrifting* ini juga terdapat tempat parkir yang luas, dan juga ada jukir atau juru parkir untuk menjaga kendaraan pembeli yang hendak datang berkunjung untuk membeli produk ini. Bukan hanya pakaian yang ditawarkan, tetapi di tempat *thrifting* ini ada yang menjual berbagai jenis topi .

Lokasi Thrifting di sebelah Speed Boat

Lokasi *thrifting* di sebelah pangkalan speed boat berada di dalam Pasar Mardika di Jl.Pantai Mardika, Kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau, Kota Ambon, Maluku. Tempat *thrifting* ini memiliki berbagai jenis pakaian yang di tawarkan. Lantai tempat *thrifting* ini dari papan kayu di karenakan dibawah tempat *thrifting* ini terdapat air, sehingga dibuat menggunakan papan kayu untuk lantainya. Kebanyakan orang yang berjualan di tempat ini, merupakan pindahan dari tempat gedung putih yang sedang direnovasikan. Berbeda dengan tempat *thrifting* di citra yang menyewa tempat untuk berjualan. Di tempat *thrifting* di speed boad ini penjual membelinya dengan harga beli per petak. Pada lokasi *thrifting* di tempat ini hanya satu lantai saja, namun sangatlah luas. Tempat ini menjual berbagai macam jenis baju pria, wanita, bahkan celana pria, wanita dan juga anak-anak. Ada juga yang berjualan sepatu di tempat ini. Tempat *thrifting* yang berada disebelah speed boat ini dibuka setiap hari pada jam 10.00 sampai selesai. Setiap hari ramai pengunjung yang datang melihat-lihat jenis pakaian dan juga yang datang untuk berbelanja. Karena lokasinya yang berada di dalam pasar mardika membuat tempat ini ramai dikunjungi masyarakat, yang bukan hanya datang untuk berbelanja di pasar, namun juga datang berbelanja dan melihat berbagai macam jenis pakaian *thrifting* yang ada di tempat ini.

Lokasi tempat thrifting ini berada di sebelah terminal angkutan umum Kopertis

yang dimana memiliki berbagai macam jenis pakaian yang ada, harga yang ditawarkan juga bervariasi. Dalam gedung ini sangatlah luas dan juga terdapat berbagai macam jenis pakaian mulai dari pakaian anak, pakaian wanita, dan juga pakaian pria. Tersedia juga berupa baju kemeja, baju kaos, sweater, jaket, celana jeans panjang, celana kulot, rok dan lain sebagainya. Di lokasi ini hanya ada satu lantai saja namun tempatnya sangatlah luas. Beberapa penjual yang berjualan di tempat ini merupakan pindahan dari tempat lain. Karena lokasi ini berada di dekat pasar mardika membuat banyak masyarakat yang datang untuk berbelanja di tempat ini. Tempat ini buka dari jam 10.00 WIT sampai jam 19.00 WIT. Harga pakaian yang ada di tempat ini bervariasi mulai dari harga Rp.40.000 – Rp. 100.000. bahkan dengan Rp.100.000 bisa mendapatkan 3 baju dengan kualitas serta motif yang sangat bagus. Akses jalan pun bisa dilalui dengan kendaraan bermotor.

Lokasi Thrifting Lorong Tahu

Lokasi *thrifting* ini berada di Jl.Pabrik Tahu, Kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau, Kota Ambon. Tempat *thrifting* ini memiliki berbagai macam jenis pakaian. Banyak sekali pembeli yang datang di tempat ini dan harga produk yang ditawarkan juga bervariasi. Peminat tempat *thrifting* ini mulai dari kalangan remaja sampai orang dewasa, dan juga banyak mahasiswa yang datang untuk membeli pakaian di tempat ini, karena harganya yang terjangkau dan kualitas pakaiannya yang sangat bagus. Banyak juga yang beranggapan bahwa lebih suka membeli pakaian di lorong tahu ini dibandingkan dengan tempat lainnya. Banyak masyarakat yang lebih suka membeli produk *thrifting* di lorong tahu ini dikarenakan harganya yang murah dan terdapat berbagai macam jenis pakaian yang ditawarkan dan juga beberapa orang yang lebih memilih tempat ini dengan yang lainnya karena mereka sudah berlangganan. Akses jalan menuju tempat ini juga beragam. Lokasi *thrifting* ini buka setiap hari dari pukul 10.00 WIT – 20.00 WIT.

Tanggapan Masyarakat Mengenai tren Thrifting

Thrifting di Kota Ambon lebih dikenal dengan sebutan “cabo” atau “cakbor” yang berarti cakar bongkar, dalam hal ini yaitu memilih-milih pakaian. Dengan mewawancarai beberapa informan, mereka mengatakan bahwa tren *thrifting* ini sudah semakin terkenal di berbagai kalangan mulai dari remaja sampai ke orang tua. Mereka lebih banyak membeli produk *thrifting* ini dikarenakan harganya yang terjangkau tetapi memiliki kualitas yang sangat baik. Dalam hal ini lokasi yang sangat terkenal untuk membeli barang atau produk *thrifting* ini yaitu berada di Kawasan Mardika Kota Ambon. Kebanyakan masyarakat Kota Ambon lebih memilih untuk datang membeli produk tersebut di kawasan Mardika karena banyak sekali produk-produk atau banyak sekali jenis barang yang ditawarkan. Lokasi *thrifting* yang sering dikunjungi masyarakat yaitu lokasi yang berada di swalayan citra, lokasi *thrifting* yang berada di sebelah speed boat, lokasi *thrifting* yang berada disebelah terminal angkutan umum kopertis, dan juga lokasi *thrifting* di lorong tahu. Melalui pengamatan penulis yang turun langsung ke lokasi penelitian terlihat para pengunjung tempat *thrifting* ini dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa lebih banyak membeli produk *thrifting* ini karena harga murah dan kualitas yang bagus memang menjadi alasan utama mereka membeli produk *thrifting* ini. Bukan hanya pakaian yang ditawarkan, juga ada sepatu bahkan topi pun dijual di tempat *thrifting* yang berada di kawasan Mardika Kota Ambon.

Bisnis fashion yang berupa penjualan *thrifting* ini sedang banyak digandrungi dan sedang berkembang di Indonesia. Kebutuhan masyarakat akan berpenampilan sangat melekat terutama pada kaum remaja dan juga kalangan mahasiswa. Dari hasil wawancara peneliti ditemukan bahwa tanggapan masyarakat mengenai *thrifting* dapat digolongkan ke dalam empat yakni, murah namun bermerk dan berkualitas, lebih variatif dan eksklusif, pengalaman belanja yang menantang, *thrifting* sebagai penentu tren fashion.

Murah namun Bermerk dan Berkualitas

Thrifting juga dapat bermanfaat bagi pedagang. Hasil wawancara dari beberapa pedagang *thrifting* di kawasan Mardika Kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau Kota Ambon, penulis menemukan bahwa *thrifting* berdampak baik secara ekonomi bagi pedagang. *Thrifting* merupakan mata pencaharian utama bagi para pedagang. Mereka menjual produk *thrifting* ini setiap hari mulai dari jam 10 sampai selesai. Salah satu pedagang juga menjelaskan bahwa mereka membeli produk *thrifting* dari luar kota dan membelinya per karung. Dengan harga balnya mulai dari kisaran harga Rp3.000.000 – Rp6.000.000. Kemudian mereka menjual harga pakaian dari harga Rp30.000 - Rp100.000. Bahkan juga pedagang tidak tanggung-tanggung nya menjual produk *thrifting* mereka dengan harga Rp25.000 dan mereka kadang mematok harga Rp100.000 untuk 3 pakaian. Mereka juga menjelaskan bahwa tempat *thrifting* ini mereka sewa per/bulan dengan harga per petak.

Wawancara juga serupa dengan informan ‘N’ mengatakan bahwa

“saya memulai usaha ini baru saja, sekitar 1 bulan yang lalu bersama ipar saya. Bisanya saya berjualan paling lat jam 10.00 sampai selesai pada magrib. Saya berjualan disini siapa tau bisa merubah kehidupan saya dan menambah penghasilan. Tadinya saya menjaul pakaian kokoh di kampung. Karena sekarang orang lebih memilih untuk memesan online”

Wawancara juga serupa dengan informan ‘S’ selaku pelaku usaha *thrifting* mengatakan bahwa

“Saya berjualan di tempat ini baru saja. Tapi kalau memulai usahanya sudah dari tahun 2011 bulan januari, saya menjual baju, celana panjang, dress, dari harga standarnya Rp.40.000 – Rp. 100.000”

Dari pernyataan informan di atas dapat disimpulkan bahwa, *thrifting* ini merupakan peluang bisnis yang baik, yang dimana *thrifting* ini bisa menambah penghasilan bagi masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang *thrifting*. Hasil yang sama juga didapatkan saat penulis mewawancarai Y selaku pembeli thrift. Y menjelaskan bahwa “banyak sekali pakaian yang bermerk jika dicari dengan baik. Pendapat yang sama juga menurut ibu T selaku pembeli produk

thriftling yang menyebutkan bahwa “tren *thriftling* yang ada di Kota Ambon ini bagus, karena pakaian-pakaian yang dijual di sana itu terjangkau harganya.”

Hal tersebut diperkuat juga dari wawancara penulis dengan bapak P salah seorang pelanggan cakar bongkar, mengatakan bahwa:

*“Mengenai harga yang ditawarkan itu, harganya murah dan kualitasnya bagus, seperti kalau kita berbelanja di toko lain, dengan membawa uang Rp.100.000 kita hanya dapat 1 produk saja, tapi kalau di *thriftling* ini kita bisa dapat 2-3 baju jika pintar menawar..... Seperti saya membeli celana olahraga di tempat lain, harganya Rp.200.000 di *thriftling* paling mahal bisa Rp.70.000 tapi kualitasnya bagus, kainnya tebal. Kembali lagi harus pintar mencari dan memilih”*

Demikian pula wawancara dengan ibu T selaku pembeli produk *thriftling* yang mengatakan: *“Biasanya saya membeli produk *thriftling* ini di dalam terminal, dan juga di swalayan citra, saya membeli produk tersebut biasanya dari harga Rp.20.000 – Rp.100.000. kalau misalnya ada kesenggangan waktu saya akan pergi membeli”*

Melalui wawancara dengan pembeli *thriftling* alasan utama yang melatarbelakangi mereka membeli produk *thriftling* yaitu karena harganya yang murah, namun kualitas dari pakaian tersebut masih layak di pakai dengan kata lain, mereka bisa mendapatkan kualitas yang bagus dan jenis pakaian yang branded

Dari hasil wawancara peneliti menemukan bahwa *thriftling* ini membantu perekonomian menengah ke bawah. Dari hasil wawancara peneliti dengan bapak W mengatakan bahwa

*“Kalau mengenai pengembangan untuk masyarakat ekonomi menengah kebawah untuk style nya masih membutuhkan *thriftling*. Ada juga ekonomi keatas yang memerlukan *thriftling* juga”*

Hal yang sama juga dari hasil wawancara bapak P mengatakan bahwa

*“Menurut saya perlu adanya pengembangan. Sebenarnya itu minat masyarakat menengah kebawah lebih membutuhkan kalau menurut saya. Karena disitu masyarakat lebih suka karena harganya murah dibandingkan dengan harga toko-toko lain. Sedangkan kalau kita berbelanja di toko kebanyakan kita bisa dapat satu produk saja, sedangkan untuk *thriftling* ini bisa dapat beberapa macam. ”*

Keberadaan *thriftling* dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup dengan membeli produk *thriftling* tersebut selain itu, *thriftling* juga memberi dampak secara ekonomi bagi para pedagang dari aspek kesejahteraan. Dari hasil wawancara peneliti dengan ibu R selaku pembeli produk *thriftling* yang mengatakan:

*“Menurut saya tren *thriftling* ini sangat membantu masyarakat dalam berbelanja, dikarenakan harganya lebih murah dibandingkan di tempat lain, dan juga membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan berbelanja.”*

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *thriftling* dapat membawa dampak ekonomi bagi masyarakat Kota Ambon, yang dimana dampak ekonomi yaitu menghemat uang atau menghemat pengeluaran masyarakat. Selain itu *thriftling* dapat juga memberikan kesejahteraan bagi perekonomian menengah ke bawah, yang ingin bergaya dengan fashion yang ditawarkan tidak perlu untuk membeli yang mahal-mahal, tetapi juga ada yang murah dan kualitasnya bagus. Terdapat juga merk-merk bagus dan berkualitas yang berada di tempat *thriftling* seperti, Uniqlo, zara, ripcurl dan adidas namun masyarakat harus pintar memilih-milih untuk mendapatkan merk tersebut karena merk tersebut hanya sedikit yang didapatkan, harga yang dijual pun beragam harganya, tergantung dari penjual ingin menjualnya dengan harga berapa.

Pengembangan *Thriftling* Sebagai Tren Wisata Urban

Thriftling berpotensi sebagai Wisata Urban di Kota Ambon. Hasil wawancara beberapa pengunjung atau pembeli *thriftling* mereka setuju dengan adanya hal tersebut. Mereka berpendapat bahwa ketika *thriftling* ini menjadi tren wisata urban di Kota Ambon, maka dapat membuka

lowongan usaha atau lowongan pekerjaan dan juga dapat meningkatkan minat usaha berbisnis untuk kaum muda. Sekalian dapat meningkatkan sumber daya manusia yang ada di Kota Ambon dalam bidang usaha kreatif. Namun, dengan adanya *thrifting* sebagai wisata urban ini perlu saja melihat dari beberapa aspek yang perlu di tingkatkan. Jika *thrifting* ini dapat dikembangkan dan diarahkan lebih baik oleh pemerintah, maka hal tersebut menjadi peluang tersendiri bagi masyarakat, dan juga pemerintah.

Jika *thrifting* di tata dengan rapi, dan menjadi potensi wisata urban di Kota Ambon, maka itu dapat menarik minat masyarakat yang lebih, bukan hanya masyarakat yang datang berkunjung menikmati wisata pantai, pegunungan saja tetapi juga dapat dijadikan *thrifting* sebagai tempat berwisata. Melalui informan I.S, yang merupakan salah satu pembeli dan peminat *thrifting* menyatakan bahwa

“jika thrifting dijadikan sebagai wisata urban di kota Ambon, Itu adalah ide yang bagus. Karena ngethrift kebanyakan jangkauannya adalah anak muda dan orang dewasa. Selain bisa meningkatkan pendapatan penjual juga bisa masuk dalam pendapatan kota, jika di kembangkan dan diarahkan lebih baik oleh pemerintah. Jika sudah seperti itu wisata ngethrift ini akan menarik warga lokal maupun non lokal di Ambon yang sedang datang berwisata di kota Ambon”

Tanggapan yang sama juga dari S.E, yang merupakan salah satu pembeli dan peminat *thrifting* menyatakan bahwa

“boleh saja jika thrifting ini dijadikan sebagai tren wisata urban di Kota Ambon. Asalkan mempunyai aspek wisata urban seperti, ekonomi, transportasi, administrasi, manufaktur, perdagangan dan jasa, sosial budaya. Arsitek, dan teknologi”

Pendapat yang sama juga dari salah satu peminat *thrifting* V.K.S mengatakan bahwa

“Bagus banget jika thrifting dijadikan sebagai wisata urban. Agar ada perhatian dari pemerintah kota, sehingga mengembangkan kualitas tempat dan baju thrifting”

V.K.S juga memberikan saran bagi semuanya, ia mengatakan bahwa

“Bisa saja dengan adanya pemerintah, mereka membuat lowongan modif sehingga baju-baju yang kualitasnya buruk bisa dijahit atau dimodif dengan kualitas menjadi lebih menarik dengan tren sekarang yaitu “y2k” “gothic” “mix and match” dan lain sebagainya. Dengan kualitas yang keren, dan harga yang masuk akal tentu saja dapat menarik perhatian wisatawan (tapi tentu untuk menarik perhatian wisatawan kita harus membuat tren sendiri disini. Seperti ambon thrift street wear yang dapat dipamerkan di sosial media

Pendapat juga dari Ibu F. Selaku pembeli *thrifting* mengatakan bahwa:

“Menurut saya harus dijadikan sebagai wisata urban, karena sudah terlalu banyak disini, maka harus dibuat seperti di Bali. Apalagi kalau misalnya dipasar sudah bagus, harus dibuka disatu tempat supaya orang bisa langsung berbelanja di tempat tersebut.

Pendapat serupa juga oleh ibu R.A selaku pembeli *thrifting* mengatakan bahwa:

“Menurut saya sendiri, perlu adanya pengembangan. Menurut saya seperti gedung contohnya di Kota Ambon sendiri harus punya satu gedung yang khusus untuk dijadikan sebagai tempat thrifting. Contohnya seperti di Jakarta, ada tempat khusus untuk pusat thrifting sendiri. Jadi di kota Ambon perlu mempunyai satu gedung yang khusus untuk tempat thrifting”

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh informan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tren *thrifting* yang sangat digandrungi pembeli ini bisa dijadikan sebagai wisata urban di Kota Ambon. Pembeli menginginkan adanya pengembangan dan tentunya pengembangan tersebut dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek wisata urban yang ada, dan juga perlu adanya kerjasama antara pelaku bisnis usaha dengan pemerintah kota agar *thrifting* ini bisa dijadikan sebagai wisata urban.

Menurut Barreto dan Giantari (Barreto & Giantari, 2015) pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Pada bagian ini penulis mengulas penjelasan terkait dengan pengembangan *thrifting* sebagai tren wisata urban di Kota Ambon. Pada pembahasan sebelumnya penulis telah paparkan mengenai tanggapan masyarakat mengenai tren *thrifting* yang ada di Kota Ambon, dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat mengharapkan adanya pengembangan tempat *thrifting* dengan baik lagi. Dari penjelasan tersebut maka perlu dilihat untuk mengembangkan *thrifting* sebagai tren wisata urban di Kota Ambon. Proses perkembangan itu memerlukan berbagai macam aspek 4A yakni atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansilari.

Analisis SWOT Thrifting di Kota Ambon

Strenght (Kekuatan)

1. Kualitas barang yang baik
2. Harga barang murah dan terjangkau
3. Barang bervariasi

Weeaknesses (Kelemahan)

1. Fasilitas belum memadai
2. Aksesibilitas yang belum memadai
3. Promosi belum maksimal

Opportunities (Peluang)

1. Tersedia peluang usaha dan pemberdayaan bagi masyarakat
2. Ikut serta dalam event-event di Kota Ambon
3. Meningkatnya perekonomian masyarakat

Threats (Ancaman)

1. Terganggunya usaha tekstil
2. Mempengaruhi lingkungan dan kesehatan
3. Keberlanjutan lingkungan

IFAS

INDIKATOR	BOBOT	RATING	SKOR
Kekuatan (Strenght)			
Kualitas yang baik	0,20	5	1
Harga barang yang murah dan terjangkau	0,25	5	1,25
Barang yang bervariasi	0,20	4	1
Kelemahan (Weaknesses)			
Fasilitas yang belum memadai	0,15	3	0,45
Aksesibilitas yang belum memadai	0,10	2	0,2
Promosi belum maksimal	0,10	2	0,2
	1		4,1

EFAS

INDIKATOR	BOBOT	RATING	SKOR
Opportunities (Peluang)			
Tersedianya peluang usaha dan pemberdayaan masyarakat	0,30	5	1,5
Ikut serta dalam event-event di Kota Ambon	0,15	3	0,45
Meningkatnya perekonomian masyarakat	0,20	5	1

Threats (Ancaman)			
Terbangunnya usaha tekstil	0,12	4	0,48
Mempengaruhi lingkungan dan kesehatan	0,10	3	0,3
Keberlanjutan lingkungan	0,10	4	0,4
	1		4,13

Dari hasil analisis benchmarking diatas maka terdapat beberapa perbedaan antara tempat *thrifting* yang berada di luar kota Ambon dan di kota Ambon. Untuk itu perlu adanya peningkatan lagi. Dalam hal ini lokasi *thrifting* di kota Ambon haruslah strategis dan juga mementingkan kualitas serta harga dari produk yang ditawarkan. Dan juga harus memperhatikan lingkungan yang ada. Dari hasil analisis Swot, maka dapat diketahui beberapa strategi yang perlu dilakukan yakni

Strenght Opportunities

Analisis strategi pengembangan *thrifting* sebagai tren wisata urban di Kota Ambon dianalisis dengan pendekatan analisis SWOT, menghasilkan strategi-strategi sebagai berikut :

1. Meningkatkan Pemberdayaan masyarakat (pelaku usaha *thrifting* di kota Ambon) melalui pelatihan, penyuluhan, pembinaan berupa kegiatan memodifikasi produk *thrifting* dengan melibatkan instansi pariwisata ekonomi kreatif. Dari pemberdayaan masyarakat pelaku usaha *thrifting* di Kota Ambon melalui pelatihan, penyuluhan, pembinaan berupa kegiatan memodifikasi produk maka, pelaku bisnis dapat mengembangkan bisnisnya dengan kualitas dan produk yang lebih menarik lagi hal ini dapat lebih menguntungkan bagi pelaku bisnis. Bisa saja baju yang kualitasnya tidak bagus, bisa dijahit kembali atau dimodifikasi berdasarkan *fashion* dan *style* saat ini . Dan bisa dijual di pasaran dengan harga yang menarik
2. Meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengadakan event-event yang menarik. Dalam hal ini, daya tarik wisata merupakan salah satu komponen pariwisata dan merupakan faktor utama untuk mendorong wisatawan untuk datang berkunjung menikmati wisata yang ditawarkan. Untuk mengembangkan *thrifting* sebagai wisata urban di Kota Ambon perlu adanya pengembangan atraksi dalam hal ini merupakan atraksi wisata belanja yang ditawarkan. Ciri khas yang ditawarkan dari *thrifting* sebagai wisata urban di Kota Ambon dengan mengadakan serta mengikuti event-event. Pemerintah juga berperan penting dalam hal ini, pemerintah perlu membuat atau menyelenggarakan event-event di kota Ambon agar para pelaku bisnis bisa bergabung di event tersebut. Dengan adanya hal tersebut maka dapat meningkatkan jumlah pengujung, serta hal tersebut dapat menguntungkan para pelaku bisnis *thrifting* di Kota Ambon. Dari hasil penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan atraksi dalam hal melaksanakan atau mengadakan *thrifting* sangatlah diperlukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan.
3. Meningkatkan jumlah pembelian. Jika *thrifting* di Kota Ambon dilakukan dengan baik dengan cara menyelenggarakan event-event dan pemberdayaan masyarakat meliputi pelatihan, pembinaan serta penyuluhan maka hal tersebut akan meningkatkan jumlah pembelian produk dan tentu saja dapat menguntungkan bagi pelaku usaha bisnis *thrifting* di Kota Ambon.

Weaknesses Opportunities

1. Bekerjasama dengan pemerintah untuk meningkatkan fasilitas

Dari hasil tersebut maka dapat dilakukan yaitu mengembangkan amenitas. Amenitas ialah segala jenis fasilitas pendukung yang berada di dalam suatu tempat wisata, yang dapat menunjang tempat wisata tersebut. Amenitas juga berupa ketersediaan akomodasi.

Dalam pengembangan *thrifting* sebagai tren wisata Urban di Kota Ambon, harus di dukung dengan tersedianya sarana dan prasarana penunjang wisata. Ketersediaan sarana dan prasarana

tersebut untuk melayani kebutuhan wisatawan atau masyarakat yang datang berkunjung di tempat *thrift* ini.

Artinya Perlu dikembangkan agar menunjang aktivitas pedagang dan pengunjung *thrift*. Fasilitas yang dimaksud, antara lain :

Gedung

Keempat lokasi *thrift* yang berada di kawasan Mardika memiliki berbagai macam perbedaan amenitasnya. Berdasarkan observasi langsung dari penulis pada saat berkunjung di lokasi *thrift* yang berada di Swalaya Citra, tempat ini sangatlah nyaman dikunjungi, gedungnya sangat terawat bahkan dalam gedung terdapat AC yang membuat pengunjung sangat nyaman untuk datang melihat-lihat produk yang ditawarkan dan juga bahkan untuk membeli barang tersebut.

Pada lokasi *thrift* yang berada di sebelah *speed boat* gedung dari tempat tersebut dari kayu atau papan, yang dimana dibawah tempat *thrift* tersebut adalah air. Sudah dijelaskan pula dari penjual, merupakan ada pindahan dari gedung putih yang berada di dalam pasar Mardika, dikarenakan gedung putih sedang direnovasi, maka mereka pindah untuk sementara waktu di lokasi ini. Sama halnya dengan lokasi *thrift* yang berada di lorong tahu dan juga yang berada di samping terminal angkutan umum kopertis, bangunan tersebut dari papan dan juga kayu. Namun tempatnya juga sangat luas dan sejuk dikarenakan tempatnya yang luas.

Fasilitas yang baik berupa gedung yang layak untuk dijadikan sebagai tempat *thrift*. Perlu adanya gedung khusus yang menjual produk *thrift* saja. Contohnya di berbagai daerah seperti di Jakarta. Terdapat gedung khusus yang menjual produk *thrift* mulai dari sepatu, pakaian, mainan, dan masih banyak lagi. Melalui fasilitas gedung yang memadai dan lingkungan yang baik, maka dapat memberikan kenyamanan pembeli yang sedang melakukan aktivitas *thrift* dan bahkan pembeli akan lebih betah berada di lokasi *thrift*.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang baik berupa gedung yang layak untuk dijadikan sebagai tempat *thrift*. Melalui fasilitas gedung yang memadai dan lingkungan yang baik, maka dari itu pembeli dapat lebih nyaman berada di tempat *thrift* tersebut dan dapat datang serta lebih menikmati aktivitas berbelanja *thrift*.

Ketersediaan Air Bersih, Toilet Umum dan Kursi Duduk

Ketersediaan air bersih, toilet umum dan juga kursi untuk duduk yang berada di lokasi *thrift* merupakan hal yang sangat penting untuk kenyamanan setiap pembeli yang datang berkunjung. Keberadaan air bersih toilet umum, dan kursi untuk duduk sangat dibutuhkan bagi pengunjung yang datang berkunjung di suatu objek wisata. Dari hasil observasi penulis ke tempat *thrift* tersebut ada juga yang sudah memiliki toilet umum, dan ada juga yang belum memiliki toilet umum di lokasi tersebut. Hal yang sama juga seperti di tempat *thrift* ini, sangat dibutuhkan ketersediaan air bersih, ketersediaan toilet umum dan juga tempat duduk yang memadai.

Ketersediaan Kamar Pas Atau Kamar Ganti Baju

Ketersediaan kamar ganti merupakan hal yang sangat penting yang diperlukan bagi pembeli. Dengan hal ini, ketika pembeli datang untuk melihat semua produk, ketika pakaian cocok dengan pakaian tersebut tetapi masih ragu, maka mereka perlu menggunakan kamar pas untuk melihat apakah baju tersebut cocok dipakai atau tidak. Ini merupakan hal yang penting untuk dikembangkan. Dari hasil observasi penulis yang turun langsung untuk melihat lokasi *thrift* tersebut, belum adanya kamar pas atau kamar ganti untuk mencoba barang atau produk dari *thrift shop*, kebanyakan pembeli ketika ingin mencoba produk tersebut mereka hanya mengukur produk tersebut diluar saja. Untuk itu perlu dikembangkan atau perlu di buat satu kamar pas atau kamar ganti baju agar pembeli atau pengunjung yang ingin datang membeli baju tersebut namun ingin mencobanya untuk bisa langsung ke kamar pas atau kamar ganti.

Mesin ATM / Pembayaran Melalui Kartu ATM

Pembayaran dalam metode ini yaitu melalui online *mobile banking* merupakan hal yang perlu diperhatikan, ketika pembeli ingin membeli produk tersebut dengan jumlah yang banyak namun

kurangnya uang kertas, maka salah satu pembayaran melalui *online* merupakan hal yang perlu dipikirkan lagi, dalam hal ini juga mempermudah sebuah transaksi dari pembeli dan penjual. Tentu saja para pelaku bisnis *thrifting* ini harus menyediakan pembayaran alternatif untuk memudahkan transaksi antar pembeli dan penjual. Ketika pembeli yang datang kehabisan uang *cash* maka sistem pembayaran secara online atau *mbanking* ini sangat cocok bagi mereka

Keamanan

Keamanan merupakan faktor yang sangat penting dan juga sangat menunjang kenyamanan setiap pembeli atau peminat *thrifting* untuk dapat berkunjung melihat-lihat produk yang ditawarkan dan bahkan sampai membeli produk tersebut. Dalam hal ini, lokasi dari swalayan citra tempat *thrifting* keamanannya sudah sangat terjaga karena didalamnya sudah terdapat CCTV. Berdasarkan observasi langsung ke tempat penelitian ditemukan bahwa keamanan dari tempat *thrifting* yang berada di dalam pasar belum memiliki keamanan yang baik, untuk datang ke tempat tersebut, pembeli harus lebih hati-hati untuk menjaga tas atau dompet mereka, karena sangat rawan pencurian

Ketersediaan keamanan berupa *security* sangat penting, bisa dilihat bahwa pada tempat *thrifting* kebanyakan tidak ada post keamanan, hal tersebut tentu pastinya akan menimbulkan kejahatan yang tak tertuga. Untuk itu sangat diperlukan adanya suatu pos keamanan *security* di berbagai tempat *thrifting* agar bukan hanya pembeli saja yang merasa nyaman untuk datang berkunjung tetapi juga penjual pun demikian nyaman terhadap keamanan dari setiap lokasi tersebut.

Tempat Parkir

Ketersediaan tempat parkir pada lokasi *thrifting* sangat dibutuhkan, dalam hal ini ketika pembeli yang datang berkunjung untuk melihat-lihat produk *thrifting* mereka sudah tidak perlu memikirkan tempat parkir lagi. Begitu pula lokasi *thrifting* yang berada di swalayan citra, memiliki tempat parkir yang sangat luas, karena banyak yang datang untuk melihat *thrifting* tidak tanggung-tanggung tempat parkir tersebut sangat ramai, dan juga sudah terdapat jukir atau juru parkir yang sudah sangat profesional, bahkan ketika pengendara bermotor parkir di tempat tersebut, ketika sudah selesai belanja, juru parkir pun sering membantu untuk memutar motor atau mengeluarkan motor yang ingin keluar dari tempat parkir.

Pada tempat *thrifting* yang berada di sebelah terminal angkutan umum Kopertis dan lorong tahu juga sudah memiliki tempat parkir yang cukup baik, namun halnya perlu dikembangkan lebih lagi, sedangkan tempat *thrifting* yang berada di sebelah *speed boat* akses tempat parkir sangat minim, dikarenakan lokasi tersebut berada didalam pasar yang membuat para pembeli untuk mencari tempat parkir yang lain. Dengan adanya lahan parkir yang memadai maka pembeli yang datang tidak kebingungan lagi .

2. Menjalin kerjasama antar pelaku usaha dan pemerintah

3. Mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai strategi promosi

Dalam hal ini mensosialisasikan kepada masyarakat berupa promosi dari berbagai hal mulai dari promosi secara online, membuat media sosial yang menarik agar bisa dapat menarik pembeli, dalam hal ini penjual harus membuat sosial media yang berkaitan dengan penjualan *thrifting* di tokonya. Dan juga promosi yang berkaitan dengan *word of mouth*. Penjual harus mampu melakukan strategi promosi yang baik agar pembeli dapat berkunjung di tempat *thrifting*.

Strenght Threats

1. Mengontrol produk yang masuk ke kota Ambon. Mengontrol produk yang masuk ke kota ambon, dalam hal menyaring produk yang akan datang. Memilah dan memilih produk akan masuk. Dalam hal tersebut, pelaku usaha perlu mengontrol atau memilah memilih produk yang masih bisa dipakai atau tidak layak dipakai.
2. Meningkatkan kualitas lingkungan dan kesehatan. Dalam hal ini, perlu adanya sosialisasi mengenai cara untuk meningkatkan kebersihan lingkungan serta kesehatan. *Thrifting* juga berdampak bagi lingkungan dan kesehatan. Maka perlu adanya sosialisai yang berkaitan dengan penggunaan *thrifting*. Dalam hal ini mensosialisasikan mengenai kesehatan,

bahan apa yang bisa dipakai, kondisi pakaian seperti apa, dan caras mencuci produk *thrifting* dengan baik dan benar ketika pembeli sudah membeli produk tersebut.

3. Menjaga keberlangsungan dan keberlanjutan lingkungan

Weaknesses Threats

1. Meningkatkan daya saing usaha tekstil. Meningkatkan pelatihan agar usaha tekstil dapat bersaing dengan usaha *thrifting* dalam hal ini, berupa melakukan pelatihan khusus agar dapat memodifikasi pakaian berdasarkan kebutuhan pembeli, atau menyesuaikan selera pasar pada saat ini.
2. Memilah bahan produk yang baik, serta aman untuk lingkungan. Memilih serta memilah bahan yang aman serta yang baik, agar produk yang dihasilkan dapat dijual dengan baik, dari hasil tersebut pembeli dapat merasa nyaman untuk datang berkunjung serta menikmati produk *thrifting*.
3. Meningkatkan kepedulian masyarakat mengenai menjaga keberlanjutan lingkungan

4. KESIMPULAN

Thrifting menjadi sebuah tren yang banyak di gandrungi berbagai macam kalangan mulai dari remaja sampai ke orang tua, banyak juga dari kalangan mahasiswa. Aspek membuat mereka membeli produk *thrifting* ini dikarenakan harganya yang murah dan terjangkau bagi kalangan mahasiswa yang ingin tampil keren. Kebanyakan masyarakat kota Ambon lebih mengenal *thrifting* atau ngethrit dengan sebutan cabo, cakbor dan butik. Sebutan cabo atau cakbor sama saja artinya yaitu “cakar bongkar” cakar bongkar artinya yaitu memilih-milih pakaian yang di inginkan. Kebanyakan orang yang datang ke tempat *thrifting* juga hanya untuk sekedar datang dan melihat-lihat produk apa saja yang dimiliki. Hal tersebut dapat memberikan kesenangan tersendiri bagi para pembeli yang hanya sekedar datang melihat kualitas yang ada.

Banyak peminat dari *thrifting* ini, dan lokasi *thrifting* ini sangat ramai dikunjungi. Ketika pembeli datang untuk membeli produk *thrifting*, pembeli juga harus memilih milih pakaian. Dengan memilih-milih pakaian bisa saja pembeli mendapatkan barang yang bermerk dan juga limited edition. *Thrifting* yang ada di Kota Ambon, pembeli juga menginginkan adanya pengembangan dari tempat *thrifting* ini. Banyak juga mereka yang melakukan *thrifting* ini tidak nyaman dengan lokasi *thrifting*. Untuk itu diperlukan strategi pengembangan berupa SWOT strength, weaknesses, opportunities threats. Pengembangan yang dimaksud meningkatkan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan jumlah minat dalam mengikuti event-event yang diselenggarakan, meningkatkan jumlah pembelian, mensosialisasikan mengenai *thrifting*, bekerjasama dengan pemerintah dalam hal meningkatkan fasilitas, mengontrol arus lalu lintas, mengontrol produk yang masuk ke Kota Ambon, mensosialisasikan serta bekerjasama dengan pemerintah mengenai lingkungan serta kesehatan yang baik, meningkatkan daya saing usaha tekstil, memilih bahan produk yang baik, serta aman untuk lingkungan. Dalam hal tersebut perlunya pengembangan atraksi, aksesibilitas (Sarana dan infrastruktur), Amenitas (gedung, ketersediaan air bersih, toilet umum, kursi duduk, kamar ganti, mesin atm, keamanan, tempat parkir, Ansilari (papan informasi).

5. REFERENSI

- Barreto, M., & Giantari, .G.A.Ketut. (2015). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA AIR PANAS DI DESA MAROBO, KABUPATEN BOBONARO, TIMOR LESTE. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nazura Gulfira. (2018). *The Art of thrifting* (Yogyakarta, Ed.). PT Bentang Pustaka.

- Priono, Y. (2012). Identifikasi Produk Wisata Pariwisata Kota (Urban Torism) Kota Pangkalan Bun Sebagai Urban Heritage Tourism. *Perspektif Arsitektur*, 7(2).
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif* (10th ed.). Alfabeta.
- Timothy, D. J., & Kim, S. (Sam). (2015). Understanding the tourism relationships between South Korea and China: a review of influential factors. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 413–432. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.776019>