

ANALISIS PENJUALAN PADA TOKO THRIFT RR.SCNDTHRIFT**Rizki**

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

Universitas Islam Indragiri

JL. Provinsi Parit 1 Tembilahan Hulu, Riau-Indonesia

Email : Rizkirizki3941@gmail.com**ABSTRAK**

Toko thrift telah menjadi bagian penting dari ekosistem konsumsi di berbagai negara. Toko-toko ini menawarkan barang-barang bekas yang masih layak digunakan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan barang-barang baru. Dengan meningkatnya kesadaran akan lingkungan dan ekonomi, toko thrift semakin populer. Namun, manajemen toko thrift tidak selalu mudah, terutama dalam mengelola stok, memastikan kualitas barang, dan mencapai target penjualan. Penelitian ini menggambarkan proses penjualan toko thrift RR.SCNDTHRIFT melalui wawancara langsung dengan pemilik toko. Hasil menunjukkan bahwa penjualan pakaian thrift semakin meningkat karena harga yang terjangkau, kualitas yang bagus, dan kesadaran lingkungan. Pemasaran yang efektif dan kerjasama dengan mitra juga membantu dalam meningkatkan penjualan. Toko thrift yang sukses menggunakan strategi penjualan yang efektif, seperti pemasaran melalui media sosial, diskon dan promosi, dan pameran dan acara. Mereka juga menggunakan pemasaran yang berfokus pada pelanggan, produk, dan lingkungan. Strategi ini membantu dalam meningkatkan visibilitas toko thrift dan menarik minat pelanggan baru.

Kata kunci : Thrift, Penjualan, Ekonomi***ABSTRACT***

Thrift store has become an integral part of the consumer ecosystem in various countries. These stores offer used items that are still usable at a lower price compared to new items. With the increasing awareness of the environment and economy, thrift stores have become increasingly popular. However, managing thrift stores is not always easy, particularly in managing stock, ensuring product quality, and achieving sales targets. This study describes the sales process of thrift store RR.SCNDTHRIFT through direct interviews with the store owner. The results show that thrift clothing sales have increased due to affordable prices, good quality, and environmental awareness. Effective marketing and partnerships also help boost sales. Successful thrift stores use effective sales strategies, such as marketing through social media, discounts and promotions, and events. They also focus on customer, product, and environmental marketing. These strategies help increase the visibility of thrift stores and attract new customers.

Keywords : Thrift, Sales, Economy

1) Pendahuluan

Thrift adalah perilaku hemat dalam pengeluaran uang, membeli barang-barang bekas dengan harga murah, dan menjual kembali barang-barang yang masih layak pakai dengan harga yang lebih murah daripada harga baru.

Thrift telah menjadi bagian penting dari ekosistem konsumsi di berbagai negara. Toko-toko ini menawarkan barang-barang bekas yang masih layak digunakan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan barang-barang baru. Dengan meningkatnya kesadaran akan lingkungan dan ekonomi, toko thrift semakin populer. Namun, manajemen toko thrift tidak selalu mudah, terutama dalam mengelola stok, memastikan kualitas barang, dan mencapai target penjualan.

Jurnal ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan proses penjualan toko thrift. Kami akan mengkaji berbagai aspek yang berhubungan dengan penjualan, termasuk strategi penjualan, pemasaran, dan analisis keuntungan. Dengan data yang akurat dan analisis yang mendalam, kami berharap dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pemilik toko thrift dan para peneliti yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang toko thrift.

Nama Toko	: RR.SCNDTHRIFT
Nama Owner	: Ridho
Tahun dibuat	: 3 maret 2024
Alamat	: jln. Tanjung harapan
Produk	: Baju, celana, Hoodie, Sepatu

2) Metode Penelitian

Metode merupakan langkah langkah yang akan digunakan dalam perubahan sistem informasi saat ini. Metode penelitian sistem informasi pada toko thrifth RR.SCNDTHRIFTH itu menggunakan metode pengumpulan data yakni wawancara yang dimana dalam metode ini saya mewawancarai langsung pengusaha toko thrift tentang usaha tersebut dengan bertanya secara lisan yang berlangsung satu arah.

3) Hasil Pembahasan

Beberapa temuan menarik muncul yang menunjukkan tren penjualan pakaian thrift yang semakin meningkat. Penjual mengungkapkan bahwa penjualan pakaian thrift semakin populer

karena harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pakaian baru. Harga pakaian thrift mulai dari Rp5.000 hingga Rp150.000, yang membuatnya lebih terjangkau bagi banyak pelanggan.

Dalam hal pemasaran, penjual menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Hashtag dan penggunaan akun media sosial mempermudah pelanggan menemukan toko thrift dan melihat unggahan terkait dengan produk yang dijual. Strategi pemasaran yang efektif ini membantu dalam meningkatkan visibilitas toko thrift dan menarik minat pelanggan baru.

Toko thrift yang sukses biasanya menggunakan strategi penjualan yang efektif, seperti pemasaran melalui media sosial, diskon dan promosi, dan pameran dan acara. Mereka juga menggunakan pemasaran yang berfokus pada pelanggan, produk, dan lingkungan. Dengan strategi yang tepat, toko thrift dapat mencapai keuntungan yang signifikan dan meningkatkan efisiensi operasional.

Namun, toko thrift juga menghadapi beberapa tantangan, seperti kompetisi dari toko-toko thrift lain dan toko-toko baru yang bermunculan. Mereka juga harus mengelola stok dengan baik dan memastikan kualitas barang yang dijual. Untuk mengatasi tantangan ini, toko thrift dapat menggunakan solusi seperti pengelolaan stok yang lebih baik, pemasaran yang lebih efektif, dan kerjasama dengan mitra. Penjual juga menghadapi beberapa tantangan dalam menjaga stok yang cukup dan memastikan kualitas pakaian yang dijual. Mereka menggunakan strategi seperti laundry dan rework untuk meningkatkan kualitas pakaian.

Pengaruh sosial juga berperan dalam meningkatkan minat pelanggan terhadap pakaian thrift. Banyak pelanggan yang tertarik dengan pakaian thrift karena teman atau orang yang mereka kenal telah membeli dan merekomendasikan pakaian tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari orang-orang yang kita kenal sangat berpengaruh dalam memutuskan untuk membeli pakaian thrift. Dengan demikian, hasil pembahasan dari wawancara langsung menunjukkan bahwa penjualan pakaian thrift semakin meningkat karena harga yang terjangkau, kualitas yang bagus, dan kesadaran lingkungan. Pemasaran yang efektif dan kerjasama dengan mitra juga membantu dalam meningkatkan penjualan.

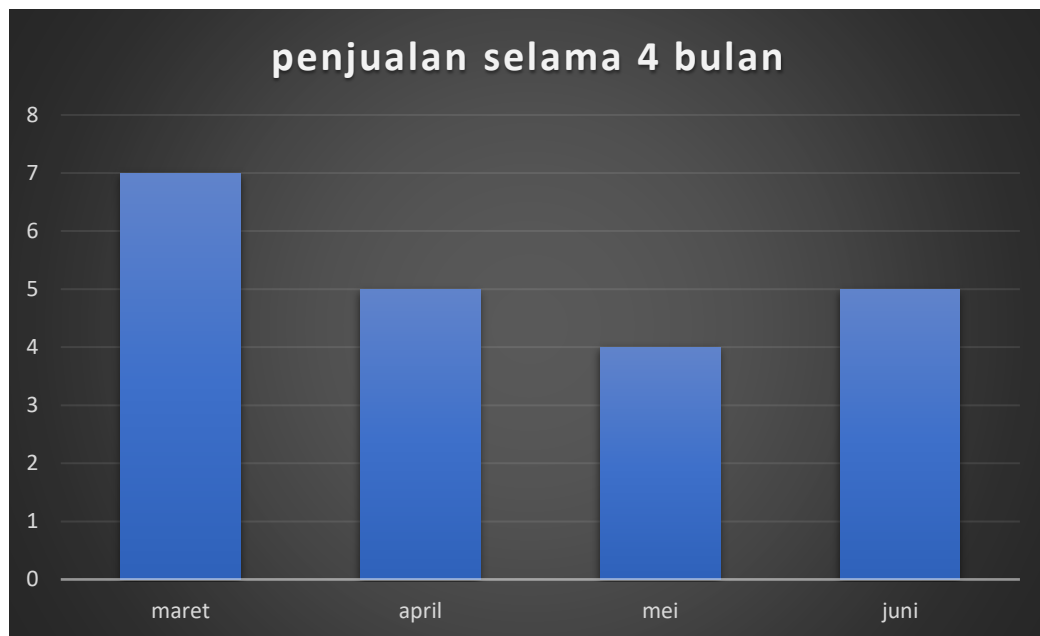
Hasil analisis data pada wawancara pemilik toko thrift rr.scndthrift :

1. Penjualan produk selama 4 bulan
2. Keuntungan selama 4 bulan

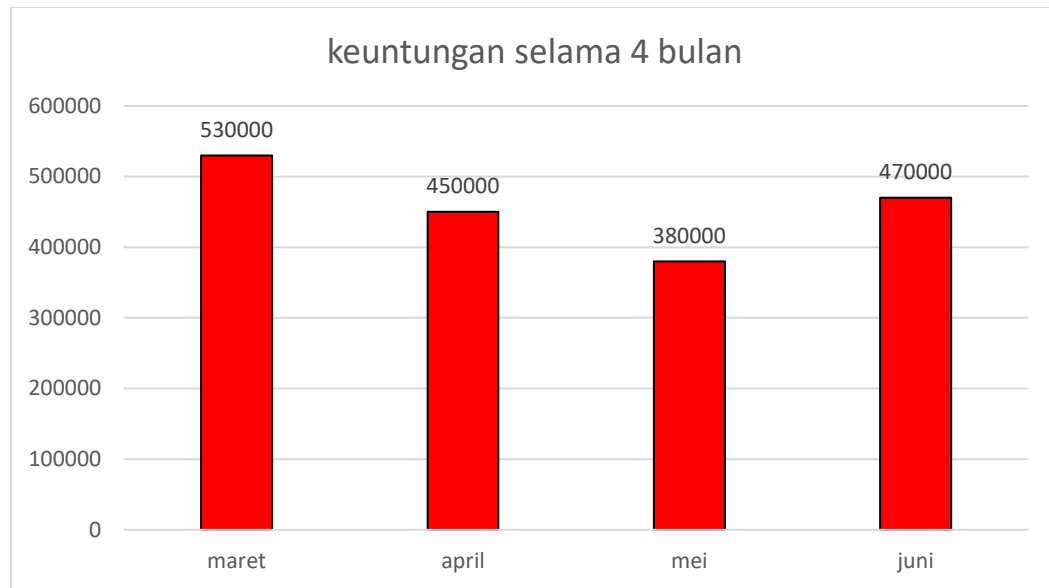
Hasil penelitian ini saya buat dalam bentuk Visualisasi Data, Sebagai berikut:

1. Penjualan produk selama 4 bulan

Selama 4 bulan terakhir, Toko thrift rr.scndthrift mengalami kenaikan dan penurunan disetiap bulannya dalam penjualan produk thrift. Berikut adalah grafik penjualan produk selama 4 bulan:



2. Selama 4 bulan, toko ini mendapat keuntungan yang berbeda disetiap bulannya. Hal ini dipengaruhi beberapa faktor seperti kondisi ekonomi dan kompetisi. Berikut ini adalah grafik keuntungan yang diperoleh selama 4 bulans



4) Kesimpulan dan Saran

Toko thrift telah menjadi bagian penting dari ekosistem konsumsi di berbagai negara. Toko-toko ini menawarkan barang-barang bekas yang masih layak digunakan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan barang-barang baru. Dengan meningkatnya kesadaran akan lingkungan dan ekonomi, toko thrift semakin populer. Namun, manajemen toko thrift tidak selalu mudah, terutama dalam mengelola stok, memastikan kualitas barang, dan mencapai target penjualan yang membuat konsumen lebih tertarik untuk berhemat dan mengurangi dampak lingkungan dan konsumen semakin tertarik untuk berhemat dan mengurangi dampak lingkungan. Toko thrift memberikan solusi yang praktis bagi konsumen untuk berhemat dan mengurangi limbah, sambil tetap mendapatkan barang-barang yang masih layak digunakan. Selain itu, toko thrift juga memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mendapatkan barang-barang yang unik dan langka, yang tidak dapat ditemukan di toko-toko lain. Toko thrift harus meningkatkan pengelolaan stok dan kualitas barang yang baik, serta melakukan pemasaran yang efektif melalui media sosial, diskon, dan promosi. Mereka juga harus bekerja sama dengan mitra laundry dan rework untuk meningkatkan kualitas barang yang dijual. Selain itu, toko thrift harus meningkatkan kesadaran lingkungan melalui kampanye dan promosi yang ramah lingkungan. Mereka juga harus mengembangkan produk baru yang ramah lingkungan dan dapat digunakan kembali, serta bekerja sama dengan mitra baru yang dapat meningkatkan kualitas barang yang dijual.

5) Daftar Pustaka

Nurazizah, F., & Firmansyah, R. (2023). Analisis Perkembangan Barang Import Thrifting di Nara Thrift Store Cimahi. *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 1(4), 287-291

Taufik, M., Jati, L. J., & Yulistia, H. (2023). PEMBENTUKAN BISNIS YANG BERETIKA MELALUI EDUKASI ETIKA BISNIS UNTUK PENGUSAHA UMKM THRIFT SHOP KARANG SUKUN. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 1(5), 50-60.

Farah, I. F. F. A., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian Thrifting Di Toko Thriftshop Sidoarjo. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(3), 169-177.

QOMARIAH, N. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran dengan Digital Marketing di Platform Tiktok dan Shopee Pada Penjualan Produk Baju (Studi Kasus di Toko Baju Thrift. bymisora)* (Doctoral dissertation, Universitas Terbuka).

Nurapriyanti, T., & Hartono, F. C. (2023). Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi: Studi Kasus Pelanggan Toko Seventysix. Store Tangerang. *JBSI: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(01), 112-128.