

Thrifting, Trend Baru Penggerak Perekonomian DIY



KR-Fira Nurfiani

Pengunjung yang mayoritas anak muda berburu fashion branded bekas berkualitas dalam ajang Jogja Thrift Market #3 di JEC.

BELANJA baju bekas impor yang biasa disebut 'thrifting' telah menjadi kegemaran anak muda saat ini. Banyak anak muda suka dengan barang-barang thrifting karena unik dan mampu membuat tampilan beda, sehingga menjadi tren baru berbelanja fashion di dunia, tidak terkecuali di Indonesia.

Trend thrifting ini awalnya muncul di kawasan Amerika, Eropa lalu di kawasan Asia seperti Korea Selatan yang mempunyai pasar khusus menjual barang-barang branded second. Bahkan di Negeri Ginseng diwadhahi Pemerintah setempat dengan menyediakan thrift market. Image thrifting pun sekarang tidak sebatas konsumen lapisan menengah ke bawah, semua lapisan masyarakat sudah tidak gengsi berbelanja fashion thrifting karena sudah menjadi kebutuhan.

Project Event Jogja Thrift Market Sapto Daryono mengatakan, trend thrift di DIY sebenarnya tidak ketinggalan dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Thrift yang diambil dari kata thrifting atau penghematan ini menjadi trend baru pascapandemi, karena merupakan bentuk ekonomi baru bagi anak-anak muda yang dikemas dengan perlakuan

beda. Yang jelas fashion second telah menjadi trend baru karena branded dengan harga murah dan terjangkau. Trend baru ini pun pada akhirnya diminati dan booming di semua kalangan.

Fenomena Citayam Fashion Week (CFW) yang sempat populer dan viral di kalangan anak muda, tidak lepas dari trend thrifting ini. Anak-anak muda mengenakan outfit terbaiknya dari hasil kreativitas thrifting. Berbagai kalangan akhirnya mengikuti trend thrifting, termasuk masyarakat menengah atas sehingga menjadi sebuah kebutuhan. Hal itu merangsang anak-anak muda lebih kreatif memasarkan barang-barang thrift baik melalui jejaring sosial atau platform digital marketplace, membuka toko, hingga mengikuti ajang pameran.

"Kita dulu kenal pakaian bekas impor awul-awul, thrift ini beda karena produknya limited edition dan vintage. Istilah di market fashion bekas branded itu ada kelas kepala, yang jelas produk branded, kualitasnya bagus dan hampir baru. Selanjutnya kelas badan, kondisi produknya bagus tetapi kualitas di bawah kepala dan dikelola anak-anak muda, kemudian dikemas sebagus mungkin. Lalu kelas kaki, ini merupakan produk awul-awul,"

terangnya.

Sapto mengaku, banyak pelaku usaha fashion yang beralih menjual fashion thrift di DIY, khususnya anak-anak muda karena memang marketnya tinggi dan banyak diminati. Dengan demikian thrift menjadi salah satu pilihan pengembangan usaha yang kini banyak dilirik para pelaku usaha khususnya pengusaha muda pascapandemi Covid-19 dan krisis global. Termasuk di dalamnya barang fashion limited edition dan vintage seperti fashion bekas artis dan lainnya yang banyak diburu kolektor.

"Tren thrifting inilah yang membuat kami menginisiasi Jogja Thrift Market pada 2023 ini. Event ini digelar sebagai pematik penggerak ekonomi DIY sekaligus menjadi obat pelaku UMKM terutama pascapandemi," ucapnya.

Perputaran transaksinya pun tidak main-main bisa mencapai miliaran rupiah selama penyelenggaraan. Jogja Thrift Market #1 membukukan transaksi Rp 4,6 miliar, perputaran transaksi yang kedua mencapai Rp 5,8 miliar dan yang ketiga Rp 4,09 miliar. Capaian transaksi Jogja Thrift Market #3 selama lima hari pameran dengan total pengunjung 45.720 orang memang mengalami penurunan

dibandingkan event sebelumnya. Tidak tercapainya target transaksi dan jumlah pengunjung dipengaruhi cuaca ekstrem berupa hujan lebat. Namun, pihaknya tetap bersyukur, meskipun hampir setiap hari diguyur hujan, antusiasme pengunjung masih tetap ada dan cukup besar.

"Saya melihat banyak pelaku usaha fashion di DIY seperti distro beralih ke bidang thrifting ini. Menariknya peserta Jogja Thrift Market ini sudah mempunyai tempat berjualan dengan sumber barang berasal dari beberapa kota seperti Jakarta dan Bandung. Para peserta yang ikut Jogja Thrift Market juga berjualan online di marketplace. Intinya mereka bisa menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi anak-anak muda yang kehilangan pekerjaan atau usahanya terhenti akibat pandemi," terangnya.

Menurut Sapto, thrifting menjadi peluang baru bagi anak-anak muda yang berjiwa entrepreneur untuk membangun usahanya. Menariknya lagi, masyarakat atau konsumen sebagai target market belanja pakaian bekas impor ini pun terbuka lebar saat ini. Terlebih harga yang dipatok sangat terjangkau bagi masyarakat di tengah tingginya inflasi dan kondisi krisis global.

"Kita akan agendakan Jogja Thrift Market menjadi event rutin sesuai permintaan para exhibitor atau peserta pameran. Kita akan selenggarakan kembali pada April 2023 mendekati Hari Raya Idul Fitri," jelasnya.

Direktur Utama Jogja Expo Center (JEC) Endro Wardoyo mengatakan, pameran thrift terbesar di Tanah Air, Jogja Thrift Market sukses digelar tiga kali sepanjang 2022. Ajang Jogja Thrift Market berskala nasional ini ikut berperan serta menggerakkan perekonomian DIY karena mayoritas 60 persen peserta berasal dari DIY. Multiplier effectnya sangat luar biasa, mengingat pameran ini juga melibatkan UMKM kuliner serta hiburan dari penyanyi dan band ternama DIY.

"Animo masyarakat atau pengunjung sangat besar sejak Jogja Thrift Market pertama hingga ketiga digelar. Untuk itu, kami berharap event ini menjadi salah satu penggerak roda perekonomian DIY karena tidak hanya sekadar event fashion tetapi melibatkan UMKM kuliner maupun ekonomi kreatif lainnya," tutur Steering Committee Jogja Thrift Market tersebut.

Banyaknya penyelenggara event seperti Jogja Thrift Market tidak lepas dari dukungan infrastruktur venue yang memadai dan mumpuni yaitu JEC. Hadirnya jalan tol di DIY nanti akan semakin memudahkan akses mobilitas masyarakat.

Sejumlah pengunjung Jogja Thrift Market Desember 2022 mengaku menunggu event tersebut. "Kendati hujan mengguyur, saya bela-belain untuk datang. Produk-produknya terbukti istimewa dengan harga yang pantas dan terjangkau," kata Andika Permadi, warga Sleman.

Andika mengaku sudah beberapa kali mengunjungi acara semacam Jogja Thrift Market di tempat lain dan Yogyakarta layak mendapatkan apresiasi dengan menggelar kegiatan serupa.

Sumiati, mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogya mengaku baru pertama kali mengunjungi acara ini. "Saya merasa diuntungkan. Saya bisa tampil mewah dan bergengsi dengan produk yang dijual di pasar ini, namun tak harus merogoh kantong banyak," katanya.

Robby Kusumaharta, Wakil Ketua Kadin DIY yang juga Komisaris JEC mengamati aktivitas Jogja Thrift Market sebagai event luar biasa dan bisa mempercepat pemulihan ekonomi pascapandemi Covid-19. (Fira Nurfiani/Ronny Sv)

WISATA

AGROWISATA TELAGA KUSUMA JUMANTONO

Wahana Rekreasi Keluarga dan Kuliner



KR-Abdul Alim



KR-Abdul Alim

Fasilitas kolam renang dan water boom.

Kawasan Agrowisata Telaga Kusuma menawarkan beragam daya tarik.

AGROWISATA dan Water Boom Telaga Kusuma di Desa Tunggulrejo, Kecamatan Jumanthono, Karanganyar, Jawa Tengah menawarkan wahana rekreasi keluarga dan kuliner di wilayah Karanganyar sisi Selatan. Di Telaga Kusuma, pengunjung dapat menikmati makanan serta minuman kekinian yang murah dan lezat sambil relaksasi di kolam air.

Berada di atas lahan 1,4 hektare, BUMDes Karya Usaha Bersama berhasil menyulap wahana itu dari sebelumnya berupa tegalan dan sawah. Dibangun 1 tahun 5 bulan, menghabiskan dana Rp 6 miliar.

Kepala Desa Tunggulrejo Parno Karyo Sumarto mengatakan, Telaga Kusuma dibuka untuk umum selama sepekan sebelum resmi dibuka oleh Bupati Karanganyar Juliyatmono pada Jumat, 18 November 2022 lalu. Saat itu, perhari dikunjungi 300 orang. Telaha Kusuma digadang-gadang menarik wisatawan ke wilayah 4J yakni Jumanthono, Jumapolo,

Jatipuro, Jatiyoso, dari sebelumnya pengunjung berlutut ke arah Utara (Ngargoyoso, Tawangmangu, Karangpandan). "Di selatan ini juga ada daya tariknya. Agrowisata dan waterboom ini menjadi penarik minat wisatawan mengunjungi 4J," katanya.

Telaga Kusuma memiliki

wahana waterboom dengan empat kolam renang utama untuk dewasa sampai anak-anak. Wahana snorkeling sedang disiapkan di kolam berkedalaman 2,5 meter. Selain itu, pengunjung boleh berswafoto di objek taman berkarakter. Harga tiket masuk ke wahana kolam Rp 10.000 perorang pada Senin-Jumat dan



Pintu gerbang Agrowisata Telaga Kusuma.

KR-Abdul Alim

akhir pekan, menjadi sampai 800-1.000 orang pengunjung.

"Parkir luas. Makanan mewah dan ramah pelayanan namun murah. Kami punya empat chef dengan 60 tenaga kerja totalnya. Selain chef, tenaga kerja dari lokal desa sini," katanya.

Pengembangan selanjutnya adalah pembuatan bioskop virtual reality dan green house pada akhir tahun ini. Selanjutnya pembuatan museum peralatan Jawa kuno.

Bupati Karanganyar Juliyatmono mengapresiasi kreativitas Kades Tunggulrejo yang mengonsep kawasan wisata tersebut. Wisata ini akan meningkatkan roda perekonomian warga setempat. Juliyatmono mendorong desa lain untuk menggali potensinya masing-masing.

Menurutnya, pembangunan agrowisata dan waterpark selain untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) juga mampu menghidupkan perekonomian warga setempat. "Desa wisata di Karanganyar tambah satu. Desa Wisata Tunggulrejo. Kami harapkan tumbuh desa-desa wisata lainnya," katanya.

(Abdul Alim)