

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik sosial ekonomi, mayoritas responden berada dalam kelompok usia produktif, terutama rentang 20 hingga 40 tahun. Pendidikan terakhir sebagian besar pedagang adalah Sekolah Menengah Atas (SMA), yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan menengah dianggap cukup untuk menjalankan usaha secara mandiri. Jumlah pedagang perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, dan sebagian besar tidak memiliki pekerjaan lain di luar aktivitas berdagang. Selain itu, mayoritas telah menjalankan usahanya selama lima hingga tujuh tahun, menggunakan modal usaha pada kisaran Rp30 juta hingga Rp50 juta, serta memiliki tanggungan keluarga antara dua hingga tiga orang.
2. Penelitian ini menemukan bahwa modal usaha, variasi barang dagangan, serta pemanfaatan *digital marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pakain bekas di Kota Jambi. Modal usaha yang lebih besar memberi keleluasaan bagi pedagang dalam mengelola stok barang dan memperluas pilihan produk, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan. Variasi dagangan turut berkontribusi karena semakin beragam produk yang ditawarkan, semakin besar pula kemungkinan menarik pembeli dari berbagai segmen. Sementara itu, penggunaan *digital marketing* seperti promosi melalui media sosial mulai memberikan dampak positif terhadap perluasan pasar dan penjualan, meskipun belum dioptimalkan oleh seluruh pedagang.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait:

1. Bagi para pedagang pakaian bekas, disarankan untuk terus meningkatkan jumlah modal usahanya, baik melalui tabungan pribadi maupun dengan mengakses sumber pembiayaan yang aman dan terjangkau. Dengan modal yang mencukupi, pedagang dapat menambah layanan seperti *melaundry* pakaian terlebih dahulu agar lebih menarik minat konsumen serta meningkatkan kualitas dagangan.
2. Disarankan juga agar pedagang lebih kreatif dalam menyediakan variasi produk. Menyediakan pakaian dari berbagai kategori seperti anak-anak, dewasa, pria, wanita, serta berbagai gaya *fashion* dapat membantu menarik minat lebih banyak pembeli dari berbagai kalangan.
3. Penggunaan media digital dalam promosi juga sangat penting untuk dikembangkan. Pedagang dianjurkan untuk memanfaatkan *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan *marketplace* guna memperluas jaringan pemasaran. Pelatihan singkat mengenai pemasaran digital sederhana juga akan sangat membantu, terutama bagi pedagang yang belum begitu *familiar* dengan teknologi.
4. Bagi instansi pemerintah daerah, khususnya dinas yang membidangi UMKM atau perdagangan, diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan, akses modal usaha mikro, serta bantuan promosi melalui kegiatan pameran atau kampanye belanja lokal.
5. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel tambahan, seperti lokasi berjualan, loyalitas pelanggan, atau kualitas pelayanan, guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang pakaian bekas.