

## **BAB VI**

### **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian terhadap tingkat pendapatan pedagang pada pasar destinasi digital di DIY yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Variabel modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Destinasi Digital di DIY. Hal ini sesuai dengan teori bahwa faktor modal adalah bagian yang sangat penting dalam memulai suatu usaha, besarnya modal yang dikeluarkan dalam memulai suatu usaha, akan menimbulkan beragamnya jenis-jenis produk yang diperjualbelikan serta alat produksi yang menunjang suatu usaha tersebut untuk dapat berjalan, pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan pedagang.
2. Variabel teknologi informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Destinasi Digital di DIY. Hal ini sesuai dengan teori bahwa faktor teknologi informasi memberikan dampak positif serta berbagai perubahan dalam penerapan aplikasi strategi bisnis, seperti pelayanan pelanggan, pemasaran, dan penjualan. Sehingga, dapat mendorong minat para konsumen untuk berbelanja di pasar destinasi digital tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan pedagang.
3. Variabel jenis dagangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Destinasi Digital di DIY. Hal ini sesuai dengan teori bahwa semakin bervariasi jenis dagangan yang

diperjual belikan mampu memberikan pendapatan yang bertambah bagi para pedagang, disebabkan karena para konsumen yang berkunjung dapat memilih produk berdasarkan ragamnya jenis dagangan yang ditawarkan begitu variatif.

4. Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Destinasi Digital di DIY. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa lokasi ialah letak suatu mata usaha atau perusahaan yang mampu mempengaruhi berbagai aspek dalam suatu usaha. Karenanya, pendapatan pedagang ditentukan oleh lokasi berdagang, baik pedagang yang berada di area pasar maupun pedagang yang berada di pelataran pasar menentukan lokasi yang tepat ketika berdagang. Hal ini disebabkan karena lokasi pasar destinasi digital yang berada di daerah pariwisata, terletak cukup jauh dari pusat kota, sehingga bisa dikatakan tidak strategis bagi hidupnya sebuah pasar, akan tetapi pasar tersebut yang cukup ramai dikunjungi para pembeli, terutama konsumen yang hadir melepas penat setelah berwisata, serta lokasi antar pedagang atau biasa disebut stan dikonstruksi begitu rapi dan merata, sehingga kehadiran para konsumen ketika berkunjung mampu dirasakan oleh para pedagang.
5. Variabel modal, teknologi informasi, jenis dagangan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Destinasi Digital di DI

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan mengenai pengaruh modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan, dan lokasi terhadap tingkat

pendapatan pedagang pasar destinasi digital di DIY, maka ada kiranya saran-saran yang dapat saya sampaikan sebagai berikut:

1. Kepada para pedagang pasar destinasi digital diharapkan dapat meningkatkan modal usaha, agar dapat menambah alat produksi serta jenis dagangan yang semakin inovatif dan variatif, serta meningkatkan desain kemasan agar lebih menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen untuk dapat berkunjung pada masing-masing stan pedagang, dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang pasar destinasi digital di DIY.
2. Kepada para pedagang agar mampu lebih giat lagi dalam memasarkan produk-produknya melalui sistem teknologi informasi, pemanfaatan teknologi informasi dapat menyebarkan informasi-informasi dengan lebih mudah dan efisien secara luas, mengenai pasar destinasi digital dan beragamnya produk-produk yang diperjual belikan oleh para pedagang. Sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan maupun konsumen untuk dapat hadir ke pasar destinasi digital, pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang pasar destinasi digital di DIY.
3. Kepada para pedagang diharapkan dapat menambah jenis dagangan yang baru dan lebih inovatif lagi dalam menawarkan barang dan jasanya, semakin beragamnya jenis dagangan, produk baru, serta perbedaan dari pedagang lainnya dapat memberikan daya tarik bagi konsumen, sehingga mampu meningkatkan pendapatan para pedagang pasar destinasi digital di DIY

4. Kepada para pedagang pasar destinasi digital, diharapkan agar dapat merancang tabulasi keuangan masing-masing, agar mampu menilik dan mengevaluasi tabulasi keuangan secara mandiri.
5. Penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas sampel penelitian, meneliti fenomena pasar destinasi digital di seluruh Indonesia, serta dengan menggunakan periode penelitian yang update.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini sudah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Pada beberapa literatur yang tercatat, ada total 8 pasar destinasi digital, namun setelah berkoordinasi dengan koordinator GenPI regional Jogja, hingga saat ini pasar destinasi digital yang masih bertahan terdapat 3 pasar destinasi digital.
2. Penelitian ini memakai teknik pengumpulan data dengan kuisisioner, sehingga dapat kemungkinan terjadinya bias karena ketidakpahaman responden dalam memberikan jawaban.
3. Variabel-variabel lain belum dapat dimasukkan ke dalam penelitian ini yang diduga memberikan pengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang.
4. Keterbatasan data-data penunjang penelitian, hal ini dikarenakan dalam mengaudit keuangan pedagang, para pengelola mencatat secara menyeluruh hasil yang diperoleh oleh seluruh pedagang melalui koin kayu yang diterima pedagang dari pembeli.

5. Pedagang belum memiliki sistem kelola keuangan secara mandiri, sehingga dalam menyatakan pendapatan perbulannya, pedagang masih mengira-ngira.