

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *thrifting online* di kalangan Gen Z di Kota Medan yang telah diuraikan dalam pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Aktivitas *thrifting online* pada kalangan Gen Z di Kota Medan muncul sejak tahun 2020 dan mulai populer pada tahun 2021. *Thrifting online* menjadi tren di kalangan Gen Z Kota Medan karena adanya perubahan pola konsumsi dari offline ke online. Pergeseran ini dipercepat oleh situasi yang terjadi saat pandemi Covid-19. Saat aktifitas dibatasi, *thrifting online* muncul sebagai alternatif bagi Gen Z untuk memenuhi kebutuhan. Perubahan pola konsumsi Gen Z juga didukung karena *thrifting online* menawarkan kelebihan yakni harga terjangkau, menyediakan barang bermerek dan berkualitas dan pilihan barang yang beragam.
- 2) *Thrifting online* memiliki dua dampak utama bagi Gen Z yaitu munculnya perilaku konsumtif baru dan tumbuhnya kreativitas dalam gaya berpakaian. Pada pola konsumsi, *thrifting* menumbuhkan perilaku konsumtif terselubung, di mana Gen Z sering melakukan pembelian berulang karena barang *thrifting* yang dianggap murah. Namun di sisi lain, *thrifting online* juga membuat Gen Z mampu untuk bereksperimen dan mengekspresikan kreativitas. Aktivitas ini memperlihatkan bahwa

thriftling bukan sekadar praktik konsumsi, tetapi juga proses kreatif dalam membangun identitas dan gaya hidup digital yang khas bagi generasi muda di Kota Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Bagi Gen Z, perlu lebih kritis dalam menyikapi praktik konsumsi *thriftling online*. Meskipun menawarkan daya tarik, penting untuk tetap mempertimbangkan aspek kebutuhan nyata sebelum melakukan pembelian. Kebiasaan membeli secara berulang tanpa perencanaan yang jelas dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang merugikan diri sendiri, terutama karena sebagian besar Gen Z masih berada pada fase pelajar atau mahasiswa dengan keterbatasan penghasilan.
- 2) Bagi pelaku usaha *thriftling online* di Kota Medan, penting untuk memanfaatkan media sosial secara optimal, dan memastikan setiap barang yang dijual dalam kondisi terbaik mengurangi risiko kekecewaan dan meningkatkan kepuasan konsumen khususnya Gen Z.