

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, membawa masyarakat menuju modernitas. Sehingga mengubah cara hidup masyarakat dalam beraktivitas. Menuju era *modern* saat ini masyarakat cenderung memanfaatkan sesuatu yang praktis dalam memenuhi kebutuhannya. Teknologi inilah membawa perkembangan dalam dunia pemasaran. Perubahan ini menandai pergeseran besar dalam pemasaran. Hadirnya pusat perbelanjaan *online* ini membawakan budaya baru dalam masyarakat konsumtif. Adanya kebudayaan baru yang muncul dalam berbelanja yaitu *online shop*. Melalui *online shop*, pelanggan dapat menjelajahi, memilih, dan melakukan pembelian produk secara daring menggunakan situs web. Perkembangan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi belanja secara *online*.

Perubahan dalam pemasaran seringkali memicu atau menjadi respons terhadap persaingan yang intens. Perubahan dalam ekonomi atau faktor lingkungan lainnya dapat memicu suatu perusahaan untuk mengevaluasi dan mengubah strategi bisnis mereka agar bisa bersaing. Perubahan perilaku tidak hanya terjadi pada pedagang, melainkan juga pada konsumen. Perubahan perilaku konsumen ini berdampak pada pendapatan pedagang *pasa ateh*. Adapun kendala yang dihadapi pedagang di tengah maraknya *online shop* yaitu; persaingan yang ketat, kurangnya

promosi dan pemasaran, perubahan perilaku konsumen, terbatasnya ketersediaan produk dan variasi produk.

Perubahan yang terjadi baik dari pedagang maupun konsumen membawa mereka untuk terus beradaptasi dan mengikuti perkembangan. Setiap pedagang berusaha untuk mencari jalan keluar dalam menghadapi perubahan yang diakibatkan oleh modernisasi ini, karena pekerjaan mereka menjadi pedagang merupakan sumber utama dalam mencari penghasilan. Pedagang *pasa ateh* dapat mengambil beberapa langkah untuk meningkatkan penjualan bisnis mereka di tengah maraknya *online shop*, dengan melakukan pembaharuan model bisnis, program loyalitas dan diskon, dan peningkatan layanan pelanggan, dan peningkatan produk dan variasi produk.

B. Saran

Diharapkan nantinya pedagang *pasa ateh* dapat mengambil langkah- langkah tertentu untuk bersaing. Ada beberapa strategi yang telah ditemukan peneliti dalam kajian ini yang dapat diterapkan oleh pedagang di *pasa ateh* dalam meningkatkan penjualan di tengah maraknya *online shop*. Melalui strategi ini, pedagang *pasa ateh* dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan mereka di era perdagangan yang *modern* yang di dominasi oleh *online shop*.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelanggan memahami perbedaan antara berbelanja di *pasa ateh* dan berbelanja di *online shop*, serta mengetahui kendala yang dihadapi pedagang *pasa ateh* dalam

meningkatkan penjualan di tengah maraknya belanja *online*.

Penelitian ini baru membahas mengenai strategi pedagang dalam meningkatkan penjualan di tengah maraknya *online shop*. Diharapkan penelitian ini nantinya akan dilanjutkan oleh peneliti berikutnya karena masih banyak temuan yang menarik lainnya baik dibidang ekonomi maupun bidang lain yang masih terkait dengan persoalan pedagang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiba, R., Cahyani, et al. 2023. Analisis Perilaku Konsumtif Produk Fashion pada Mahasiswa UNNES sebagai Dampak Perkembangan Online Shop. *Jurnal Potensial*, 2(2), 184-191.
- Al Muchtar, Suwarma. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. : Gelar Potensi Mandiri: Bandung
- Basrowi dan Juariyah, S. 2010. Analisis Kondisi Social Ekonomi Dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading, Kecamatan Labuhan Maringgai, Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Vol.7 No.1, Hal 5861.https://repository.ump.ac.id/6274/3/BAB%20_GATOT%ERVAN%20SANTOSO_GEOGRAFI%2713.pdf
- Febriani, D., Harahap, F. R., & Sinabutar, M. J. 2023. Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional Di Pasar Belinyu). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(4), 60-70.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Andi Offset CV. Yogyakarta
- Herdiansyah, Haris.2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial*: Salemba Humanika. Jakarta.
- Damsar, D., & Indrayani, I. (2018). Pengantar Sosiologi Pasar. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2020. *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri4.0*. Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Kusumastuti, D. 2022. *Pasa Ateh Bukittinggi Pasar Masyarakat Agam Tuo*.Cipta Karya. Bukittinggi.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesembilan*. Penerbit Prentice Hall-inc.Jakarta.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CVAI Fath Zumar. Sukabumi.
- Lucas, R. E., & Diener, E. 2009. *Personality And Subjective Wellbeing*. In E. Diener (Ed.), *The Science Of Well-Being: Social Indicator Research Series* (Vol. 37, Pp. 75-102). Springer.Netherlands
- Ligianto, Selina Putri. 2022 Strategi Adaptasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Tengah Perkembangan Online Shop: Penelitian Pada Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Kosambi Kota Bandung. *Diss*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Massanell, Casadesus & J.E, Ricart. 2010. *From Strategy to Business*

Models and onto Tactics. Long Range Planning, 43, J1 (15 April 2015). Web <http://dx.doi.org/10.1016/j.lrp.2010.01.004>

- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. REFERENSI: Ciputat, Jakarta Selatan.
- N.H Lubis 2019. Strategi Bertahan Pedagang Konvensional di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus pada Pedagang Konvensional di Pasar Petisah Medan) (Doctoral *Dissertation*, Universitas Sumatera Utara).
- Nasution, S. 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif* Bandung. Diakses pada 10 Desember 2022. [https://books.google.co.id/nasution metode kualitatif 201992](https://books.google.co.id/nasution%20metode%20kualitatif%201992)
- Qodri, I. F., & Tesniyadi, D. 2022. *Analisis Strategi Pedagang Konvensional dalam era Modernisasi* (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang). 2(3), *ALSYS*, 400-409.
- Raco, Jr. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulan* PT. Gramedia. Jakarta.
- Rahmi, R. G., & Kahanna, M. (2023). *The Tourism Office's strategy in maintaining Bendi which has changed its function as a cultural identity in Jam Gadang Kota Bukittinggi*. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(3), 1234-1244.
- Ria. 2020. Perubahan Terhadap Objek Wisata Sejarah (Jam Gadang, Benteng Fort de Kock, Kebun Binatang, Lobang Jepang, dan Rumah Kelahiran Bung Hatta) sejak Bukittinggi ditetapkan sebagai Kota wisata. BAB I bimbingan sudah revisi.pdf (unand.ac.id)
- Rompas, Welson Y. 2009. *Analisis Tentang Teori Modernisasi*. Universitas Samratulangi. Manado
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Bandung: Alfabeta
- 2017. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* / Sugiyono. Bandung: Alfabeta
- 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* / Sugiyono Bandung: Alfabeta
- 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Sugiyono Bandung: Alfabeta.