

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Dampak Tren Belanja di Platform *E-Commerce* terhadap Kunjungan Konsumen di Pasar Babadan, Desa Tulungrejo, Kecamatan Madiun, Kabupaten Madiun, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kunjungan Konsumen di Pasar Babadan**

Kunjungan konsumen di Pasar Babadan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu harga produk, kualitas barang, kelengkapan kebutuhan, kenyamanan berbelanja, lokasi pasar, serta perkembangan platform *e-commerce*. Sebagian konsumen memilih berbelanja melalui *e-commerce* karena menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas waktu, banyak pilihan produk, serta berbagai promo dan diskon. Namun, sebagian konsumen tetap memilih berbelanja di Pasar Babadan karena dapat melihat kondisi barang secara langsung, melakukan tawar-menawar harga, dan memperoleh barang secara cepat tanpa harus menunggu proses pengiriman.

##### **2. Permasalahan yang Muncul Akibat Pengaruh Tren Belanja di Platform *E-Commerce***

Perkembangan *e-commerce* menyebabkan terjadinya penurunan jumlah kunjungan konsumen ke Pasar Babadan. Kondisi tersebut berdampak pada

menurunnya omzet dan pendapatan pedagang. Selain itu, aktivitas jual beli menjadi tidak seramai sebelumnya karena sebagian masyarakat lebih memilih berbelanja secara online yang dianggap lebih praktis, mudah, dan efisien.

### **3. Kendala yang Muncul Akibat Pengaruh Tren Belanja di Platform *E-Commerce***

Kendala yang dihadapi pedagang meliputi persaingan harga dengan penjual *online*, keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, berkurangnya jumlah pelanggan, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform *online* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, pedagang juga menghadapi kesulitan dalam mengikuti strategi promosi digital yang banyak digunakan oleh pelaku usaha di *e-commerce*.

### **4. Bentuk Kerja Yang Pernah Dilakukan Antara Pedagang Satu Dengan Pedagang Lain**

Kerja sama antarpedagang di Pasar Babadan masih terjalin dengan baik melalui sikap saling membantu, saling mengarahkan pembeli kepada pedagang lain apabila barang yang dicari tidak tersedia, serta menjaga hubungan yang harmonis dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Kerja sama tersebut menunjukkan adanya solidaritas, rasa kekeluargaan, dan gotong royong yang masih kuat di lingkungan pasar tradisional.

### **5. Strategi Yang Dilakukan Untuk Meningkatkan Kunjungan Konsumen Di Pasar Babadan**

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan konsumen antara lain memberikan promo dan potongan harga, meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan kenyamanan pasar, menyediakan produk yang berkualitas dan beragam, serta menyelenggarakan berbagai kegiatan atau *event* yang dapat menarik minat masyarakat untuk datang ke pasar. Selain itu, beberapa pedagang mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran.

#### **6. Solusi Yang Digunakan Untuk Mengatasi Pengaruh Tren Belanja di Platform *E-Commerce* terhadap Kunjungan Konsumen Di Pasar Babadan**

Solusi yang diusulkan oleh informan meliputi peningkatan kualitas dan variasi produk, pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi, peningkatan kemampuan digital pedagang melalui pelatihan, serta perbaikan fasilitas pasar agar lebih nyaman bagi pengunjung. Solusi tersebut diharapkan mampu membantu pedagang beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus meningkatkan daya tarik Pasar Babadan bagi masyarakat.

#### **7. Wujud Peran Pemerintah dalam Mengatasi Pengaruh Tren Belanja di Platform *E-Commerce* terhadap Kunjungan Konsumen Di Pasar Babadan**

Pemerintah telah berupaya membantu Pasar Babadan melalui perbaikan sarana dan prasarana pasar, penataan lingkungan pasar, serta

penyelenggaraan kegiatan promosi untuk menarik minat masyarakat. Namun, upaya tersebut dinilai masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal promosi berbasis digital, pelatihan pemanfaatan teknologi bagi pedagang, serta pelaksanaan program revitalisasi pasar secara berkelanjutan agar Pasar Babadan mampu bersaing dengan perkembangan e-commerce.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Pedagang Pasar Babadan**

Pedagang diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen, memperbanyak variasi barang dagangan sesuai kebutuhan pasar, serta mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Selain itu, pedagang perlu meningkatkan kemampuan dalam penggunaan teknologi agar mampu beradaptasi dengan perkembangan *e-commerce*.

### **2. Bagi Pemerintah dan Pengelola Pasar**

Pemerintah dan pengelola pasar diharapkan terus melakukan perbaikan sarana dan prasarana pasar, meningkatkan kebersihan dan kenyamanan lingkungan pasar, serta memperkuat promosi Pasar Babadan melalui media digital. Selain itu, perlu adanya pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran digital bagi pedagang agar mereka mampu memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya.

### **3. Bagi Masyarakat**

Masyarakat diharapkan tetap mendukung keberadaan pasar

tradisional dengan berbelanja di pasar sesuai kebutuhan. Dukungan tersebut dapat membantu menjaga keberlangsungan usaha pedagang serta mempertahankan fungsi pasar tradisional sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat lokal.

#### **4. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai digitalisasi pasar tradisional, efektivitas program revitalisasi pasar, serta strategi adaptasi pedagang tradisional dalam menghadapi perkembangan *e-commerce* dengan cakupan wilayah dan jumlah informan yang lebih luas sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.