

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai strategi bertahan pedagang baju di Pasar Panorama Kota Bengkulu di tengah perkembangan e-commerce, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pertama, strategi bertahan yang diterapkan oleh pedagang di Pasar Panorama Kota Bengkulu mencakup tiga bentuk utama, yaitu strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan.
 - a. Strategi aktif dilakukan Pedagang di Pasar Panorama menerapkan strategi ini dengan cara mengikuti tren pakaian yang sedang diminati masyarakat, menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, menjaga kualitas barang dagangan, menata produk secara menarik, memberikan pelayanan yang ramah, serta mempertahankan harga yang kompetitif. Selain itu, sebagian pedagang mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran.

- b. Strategi pasif dilakukan dengan cara mengurangi risiko kerugian dan mempertahankan stabilitas usaha di tengah menurunnya jumlah pembeli. Bentuk strategi pasif yang dilakukan pedagang antara lain mengurangi jumlah stok barang yang kurang diminati pasar, lebih selektif dalam membeli produk dari pemasok, menyesuaikan jumlah persediaan dengan kondisi permintaan konsumen, serta mengelola pengeluaran usaha secara lebih efisien. Strategi ini dilakukan karena sebagian besar pedagang mengalami penurunan pendapatan akibat meningkatnya penggunaan e-commerce oleh masyarakat. Melalui pengelolaan modal dan pengeluaran yang lebih hati-hati, pedagang berupaya menjaga keberlangsungan usahanya agar tetap dapat beroperasi meskipun menghadapi tekanan persaingan yang semakin ketat.
- c. Strategi jaringan dilakukan melalui pemanfaatan hubungan sosial yang dimiliki pedagang dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang berusaha mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan tetap melalui pelayanan yang baik, komunikasi yang intensif, serta pemberian

potongan harga kepada pelanggan tertentu. Selain itu, pedagang juga menjalin kerja sama dengan sesama pedagang melalui kegiatan saling bertukar informasi mengenai harga, tren produk, dan ketersediaan barang dagangan. Hubungan sosial yang terjalin antara pedagang dengan pelanggan maupun sesama pedagang menjadi modal sosial yang penting dalam mempertahankan usaha. Kepercayaan pelanggan yang telah terbentuk selama bertahun-tahun menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen tetap memilih berbelanja secara langsung di pasar meskipun tersedia berbagai alternatif belanja online.

2. Kedua, terdapat faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi keberlangsungan usaha pedagang. Faktor pendukung meliputi lokasi pasar yang strategis, keberadaan pelanggan tetap, adanya interaksi langsung antara penjual dan pembeli, sistem tawar-menawar yang fleksibel, serta kualitas produk yang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen. Adapun faktor penghambat antara lain semakin berkembangnya e-commerce dengan harga yang lebih kompetitif, perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke belanja online, penurunan jumlah pembeli di pasar, persaingan harga yang

semakin ketat, serta keterbatasan pedagang dalam memanfaatkan teknologi digital.

3. Ketiga, strategi bertahan pedagang memiliki relevansi yang kuat dengan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). Hal ini terlihat dari keterkaitannya dengan berbagai konsep dalam IPS, seperti kegiatan ekonomi yang mencakup distribusi dan konsumsi, interaksi sosial, perubahan sosial, serta globalisasi ekonomi dan materi lainnya. Aktivitas pedagang di pasar tradisional dapat dijadikan sebagai sumber pembelajaran yang membantu peserta didik memahami materi secara lebih nyata, aplikatif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pedagang, diharapkan agar terus meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi. Selain itu, pedagang juga perlu mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar tetap mampu bersaing dengan pelaku usaha di e-commerce.

2. Kepada pemerintah, diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih optimal kepada pedagang pasar tradisional, seperti melalui penyelenggaraan pelatihan pemanfaatan teknologi digital, perbaikan dan peningkatan fasilitas pasar, serta penyusunan kebijakan yang berpihak pada keberlangsungan usaha kecil dan menengah.
3. Kepada pendidik, diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai sumber belajar dalam pembelajaran IPS, sehingga materi yang disampaikan menjadi lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi nyata di lingkungan masyarakat.
4. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cakupan yang lebih luas, misalnya dengan menambahkan variabel penelitian atau melakukan perbandingan dengan pasar tradisional di daerah lain, sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aceria Mega Putri Pratiwi, Ambok Pangiuk, & Muhammad Ismail. (2023). *Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kecamatan Belitang. Journal of Management and Creative Business*, 1(2).<https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i2.726>
- Adawiyah, R., & Amirullah, F. (2023). *Pengaruh Transformasi Digital dan Bisnis Online terhadap Pola Perilaku Masyarakat Ciputat Timur*. 9(1)
- Azizah, S. N., & Sutabri, T. (2024). *Analisa Teknologi Internet yang Berperan sebagai Media Transaksi E-Commerce dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi Secara Signifikan. Scientica: Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi*, 2(5),<https://doi.org/10.572349/scientica.v2i5.1302>
- Devano Empathanussa, & Iing Sri Hardiningrum. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(2), <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Mustafa Edwin Dkk, M. E. N. (2007). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. (Jakarta:Kencana)
- Dr.Subhan Purwadinata, SE., M., & Dr.Ridolof Wenan Batilmurik, SE., M. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Dwi, J., Amory, S., Mudo, M., & Rhena, J. (2025). *Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. , Jurnal Minfo Folgan*, Vol 14. No 1
- Galang Nusantara Achmad, & Jannah, S. S. (2021). *Pengaruh Fitur E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian*

Konsumen di Masa Pandemi Covid-19. Mabny : Journal of Sharia Management and Business, 1(02), <https://doi.org/10.19105/mabny.v1i02.5199>

Habibillah, I. F., & Sodri, M. (2026). *Pola interaksi sosial pedagang dan pembeli di pasar ciputat*. Jurnal Ilmu Sosial, Vol 11, No.10

Handrawan, M. A. R., Setyaningrum, I., & Ariani, M. (2021). Perkembangan Dan Dampak Positif Dan Negatif E-Commerce Bagi Umkm Sektor Furnitur Dan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 9(2), 2021. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/5025>

Hidayat, D. R. (2021). Analisis Faktor-faktor perilaku pembelian online (e-commerce) konsumen mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 1, JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi, (1), No 2

Hj. Supriatin, S. P., & Hartini, S. (2019). Daftar Isi Daftar Isi : *E Modul Interaksi Sosial*,

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI 2026), link <https://kbbi.web.id/strategi.html>

Kadek, N., Pradnyanita, S., Ayu, D., Audya, K., Devanie, S., & Indra, I. M. (2025). *Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Konsumsi Masyarakat : Tinjauan Literatur Perubahan Pola*. 01(01),

Kurniawati, F. (2022). *Strategi Bertahan Hidup Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus di Pasar Kutoarjo Kabupaten Purworejo)*. Universitas Negeri Semarang.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (15th (ed.)). Pearson Education Limited.

- M. Ismail Yusanto & M. Arif Yunus. (2011). *Pengantar Ekonomi islam*. (Bogor: Al-Azhar Press)
- Malazaneti, N., Aji, G., & Rohmah, F. (2023). Analisis dampak online shop terhadap para pedagang di pasar tradisional paninggaran. *Sahmiyya*, 2(2), https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Dampak+Online+Shop+Terhadap+Para+Pedagang+Di+Pasar+Tradisional+Panninggaran&btnG=
- Maryanto. (2013). *Analisis perilaku pedagang yang berjualan pakaian di pasar tradisional dahlia pontianak*. 5, *JPPK (Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa)*
- Ahmad Muda, A. A. K. (2006). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Reality Publisher)
- Naamy, H. N., & Si, M. (n.d.). *Metodologi penelitian kualitatif*. (NTB: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram)
- Pertiwi, D. I., & Dharma, B. (2024). *Strategi Pedagang Tradisional Pakaian Fashion Muslim dalam Menghadapi Transformasi Digital Bisnis*. 7, *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*
- Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Rahayu, L. B., & Syam, N. (2021). *Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat : Perspektif Teori Perubahan Sosial*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 4(2),
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sapriya. (2017). *Pendidikan IPS: Konsep dan Pembelajaran*. (PT Remaja Rosdakarya).
- Irna Mutmainah, I. (2024). *Strategi Bertahan Pedagang*

Konvesional di tengah perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvesional toko pakaian dipasar kepuh), Program studi tadaris ilmu pengetahuan sosial fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan uin syarif hidayatullah jakarta 2024.

- Sengkey, G. T., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Traveloka.com di Kota Manado. *Productivity*, 3(2), <https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/39257>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Sadono Sukirno, (2006). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Parsada)
- Somantri, M. N. (2001). *Menggagas Pembaharuan Pendidikan IPS*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sosial, I., & Perilaku, D. A. N. (2012). *Journal of Educational Social Studies*. 1(2). Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung: Alfabeta)
- Suhada, B., Alimuddin, A., & Aisyah, L. (2020). COVID-19 and The Implementation of Qawā'id Fiqhiyyah in E-Commerce. *Justicia Islamica*, 17(2). <https://doi.org/10.21154/justicia.v17i2.2154>
- Suhas Islam, E., & Rifai. (2024). 22710-Article Text-82838-1-10-20240918. *Jurnal Niara*, 17(2).
- Sulaiman, A. (2014). Strategi Bertahan (Survival Strategy). *Society*, 2(1) <http://society.fisip.ubb.ac.id/index.php/society/article/view/45>
- Suprianto, & Hidayati, R. (2024). Strategi Bertahan Hidup (Life

Survival Strategy) Masyarakat Miskin Di Desa Lopok Beru Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 12(3) <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jebPp>.

Susanti, E. (2018). *KONSEP DASAR IPS* (N. dora M.Hum (ed.); 1st ed.). Cv. Widya puspita.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective* (8th (ed.)). Springer.

Zahro, D. M. (2025). *Survival Strategi pedagang kecil dipasar tradisional dalam persepektif ekonomi islam (Studi kasus di pasar besuk kabupatem Probolinggo)* Skripsi Oleh : Fakultas Ekonomi dan bisnis islam, Desember 2025, SKRIPSI diajukan kepada Universitas Islam Negeri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Oleh : Dewi Malihatuz Zahro FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

