

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa adopsi *e-commerce* telah memengaruhi perubahan pola belanja konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo. Konsumen kini lebih cenderung memanfaatkan platform digital untuk mencari informasi produk dan membandingkan harga sebelum melakukan pembelian langsung di pasar tradisional. Namun, sebagian konsumen masih memilih berbelanja langsung untuk mendapatkan pengalaman interaksi sosial dan kualitas produk yang terjamin.

*E-commerce* berpengaruh pada penurunan jumlah pengunjung di pasar tradisional, yang berdampak pada penurunan volume penjualan sebagian pedagang. Meskipun beberapa pedagang merasakan dampak negatif, ada juga yang mulai memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana promosi dan perluasan pasar, sehingga tetap dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan mereka.

Keberlanjutan usaha pedagang di Pasar Tradisional Beringharjo dipengaruhi oleh kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pola belanja konsumen. Pedagang yang mampu mengintegrasikan *e-commerce* dalam strategi bisnis mereka, seperti memanfaatkan media sosial untuk promosi atau menggabungkan penjualan *online* dan *offline*, memiliki peluang lebih besar untuk menjaga keberlanjutan usaha di tengah persaingan digital.

#### 5.2 Saran

Untuk menghadapi tantangan *e-commerce*, pedagang Pasar Beringharjo disarankan untuk:

1. Mengembangkan toko *online* dengan membuka toko *online* dan mempelajari pemasaran digital.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan fokus pada kualitas dan layanan untuk mempertahankan pelanggan.
3. Revitalisasi infrastruktur dengan peran pemerintah yang perlu memperbarui fasilitas pasar untuk kenyamanan konsumen.

Dengan menerapkan saran ini, pedagang diharapkan mampu menghadapi persaingan *e-commerce* dan mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Kolaborasi antara pedagang, pemerintah, dan masyarakat sangat diperlukan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2).
- Ardiansari, A. (2022). Pengaruh Adanya Sistem Penjualan Online Terhadap Pasar Tradisional Benowo Surabaya. 6(4), 210–219.
- Arikunto, & Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian*. PT. Rineka Cipta.
- Asri, S., & Susanti, F. (2019). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada.co.id*.
- Bank Indonesia. (2021). Laporan transaksi uang elektronik 2020. *Bank Indonesia Publications*.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2021). Laporan e-Conomy SEA 2021. *Google Publications*.
- Hijrah, L. (2017). *Segmentasi konsumen pada pasar online di indonesia*. 19(2), 210–219.
- Katadata. (2021). Pertumbuhan e-commerce di Indonesia. *Katadata Publications*.
- Kementerian Perdagangan RI. (2021). Data pasar tradisional di Indonesia. *Kementerian Perdagangan RI Publications*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Liu, S.-P., Tucker, d., Koh, C. E., & Kappelman, L. (2001). Standard user interface in ecommerce sites. *Industrial Management & Data Systems*.
- Mutianingrum, R. A. (2019). Penjualan Via Platform Online Marketplace Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Pelaku Ukm. *Jurnal Ilmiah*.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 2(2), 139–155.

- Prabowo, H., & Rahadi, D. (2015). Dampak e-commerce terhadap bisnis ritel. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(3), 89-102.
- Rusmawan, U. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Digital Secara Online. . . *E-Journal Bina Insani Campus*, 1(1), 41–72.
- Setiawan, T., et al. (2020). Pengaruh pandemi COVID-19 terhadap adopsi e-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 56-73.
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono. (2016). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di toko online. *Management Analysis Journal*, 389–399.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Susanto, R., & Pangesti, I. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kampung cilangkap kota depok dalam pengambilan keputusan pembelian di online shop. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 8(2), 182–189.
- Tokopedia. (2021). Laporan perkembangan Tokopedia. *Tokopedia Publications*.
- Turban, E., et al. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1), 12–26.
- Wijaya, P. S. M., & Teguh, C. (2012). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Di Online Shop Specialis Guess. *JRMB*, 7(2), 147–160.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Pengelompokan Jenis Dagangan

KATEGORI	JENIS DAGANGAN	JUMLAH
GOLONGAN A	LOGAM MULIA, BATU MULIA, PERMATA	14
	TEKSTIL	150

KATEGORI	JENIS DAGANGAN	JUMLAH
GOLONGAN B	AKSESORIS MANTEN	10
	AKSESORIS KERIS	3
	ARLOJI	3
	AKSESORIS	45
	BARANG ANTIK	1
	BARANG SAYANGAN	5
	BATIK	7
	BAHAN BANGUNAN	15
	BUMBU BAKSO	44
	BUMBU BATIK	1
	DAGING	282
	DOS	4
	DOS / PLASTIK	2
	IKAN ASIN	81
	JASA PAKET	3
	JASA PENGIRIMAN <i>ONLINE</i>	1
	KACAMATA, ARLOJI	4
	KAOS KAKI / SARUNG BANTAL	1
	KAOS KAKI / KAOS TANGAN	8
	KELONTONG	71
	KEMASAN	40
	KERAJINAN	16
	KERAJINAN KERIS	210
KERAJINAN KULIT	1	
KONVEKSI	2	

<b>KATEGORI</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>GOLONGAN B</b>	KOPERASI	5
	KOSMETIK	1
	MAINAN	1
	MORI / LAWE	3
	OBAT-OBATAN	3
	PAKAIAN	1629
	PECAH BELAH	25
	PERLENGKAPAN PENGANTIN	4
	ROTI (GROSIR)	2
	SEPATU, SANDAL, TAS, DOMPET	165
	SOUVENIR	66

<b>KATEGORI</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>GOLONGAN C</b>	ALAT-ALAT DAPUR	1
	ALAT PERTUKANGAN	27
	ALAT RUMAH TANGGA	6
	ANYAMAN	53
	ARANG	27
	AYAM HIDUP	18
	BAHAN BANGUNAN	94
	BARANG BEKAS ELEKTRONIK	5
	BARANG BEKAS KLITHIKAN	3
	BARANG BEKAS ONDERDIL	6
	BARANG BEKAS ALAT ELEKTRO	61
	BARANG BEKAS ALUMUNIUM	2
	BARANG BEKAS SUKU CADANG AKSESORIS	82
	BERAS	24
	BERBAGAI JENIS MAKANAN DAN MINUMAN	7
	BRAMBANG BAWANG	132
	BUAH-BUAHAN	110
	BUMBON	69
	BUMBU ROKOK	3

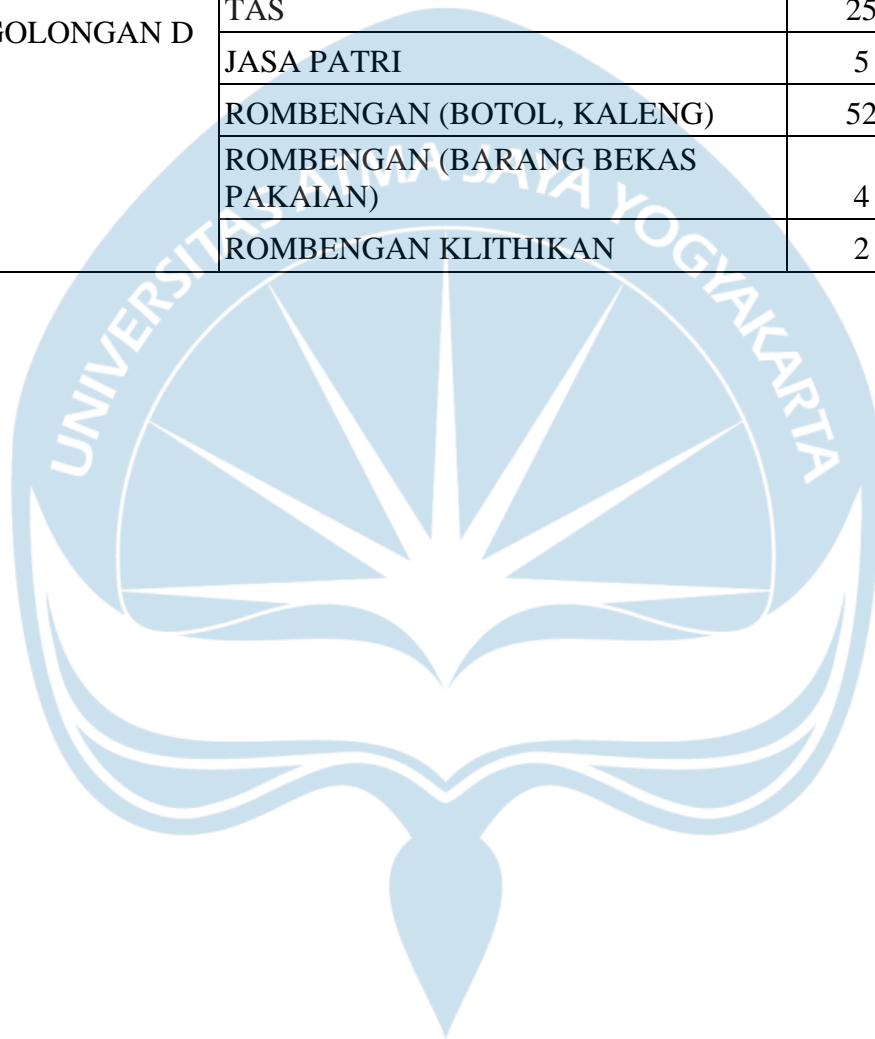
<b>KATEGORI</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>JUMLAH</b>
GOLONGAN C	CRAKEN	139
	DAUN PISANG	6
	DOS	2
	ELEKTRONIK	8
	EMBER SENG / BAN MOBIL	20
	EMPING	11
	GAMBIR	1
	GARAM	15
	GERABAH	4
	GILINGAN	16
	GONI	27
	GORI	2
	GRABATAN	3

<b>KATEGORI</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>JUMLAH</b>
GOLONGAN C	GULA KELAPA	26
	GULA PASIR	12
	HASIL BUMI	57
	JAGUNG	1
	JAJANAN	157
	JAMU	1
	JASA JAHIT	15
	JERUK NIPIS	6
	KELAPA	17
	KEMBANG	49
	KENCUR, JAHE	4
	KERAJINAN	20
	KERAJINAN ANYAMAN	12
	KERING-KERINGAN	60
	KESET	1
	KLITHIKAN	28
	KOBIS	3
KOLANG-KALING	14	

KATEGORI	JENIS DAGANGAN	JUMLAH
GOLONGAN C	KERUPUK	1
	KULINER	21
	LAUK PAUK	2
	MAKANAN	2
	MINUMAN	3
	MINYAK GORENG	14
	MLINJO	1
	ONDERDIL	13
	PALAWIJA	32
	REMPAH-REMPAH	1
	ROTI	13
	SANDAL	1
	SAYUR MAYUR	277
	SAYUR MAYUR (LOMBOK)	84
	SEMBAKO	7
	TAHU, TEMPE	17
	TEH, GULA, KOPI	37
	TELOR	23
	TEMBAKAU	53
	TEPUNG TERIGU	3
TUKANG CUKUR	3	
WARUNG MAKAN	126	



<b>KATEGORI</b>	<b>JENIS DAGANGAN</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>GOLONGAN D</b>	BARANG BEKAS PAKAIAN	95
	BARANG BEKAS MAJALAH, KORAN	2
	BARANG BEKAS KORAN, MAJALAH	21
	BARANG BEKAS SEPATU, SANDAL, TAS	25
	JASA PATRI	5
	ROMBENGAN (BOTOL, KALENG)	52
	ROMBENGAN (BARANG BEKAS PAKAIAN)	4
	ROMBENGAN KLITHIKAN	2



## Lampiran 2 Profil Responden

NO.	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	JENIS DAGANGAN	GOLONGAN	LAMA BERDAGANG	JML TANGGUNGAN
1	ALEX SANDRO RAIS	24	LAKI-LAKI	PAKAIAN	B	3 TAHUN	-
2	APRIYANI	40	PEREMPUAN	PERALATAN RUMAH TANGGA	C	8 TAHUN	3
3	BAGUS	33	LAKI-LAKI	SEBAKO	B	11 TAHUN	1
4	BONAVENTURA ALDISTRA	27	LAKI-LAKI	PAKAIAN	B	5 TAHUN	-
5	CHOIRUN ALIFAH	35	PEREMPUAN	PAKAIAN ANAK	B	9 TAHUN	2
6	DEDE AIRAFI	26	LAKI-LAKI	PAKAIAN	B	4 TAHUN	-
7	DWI SETIANI	45	PEREMPUAN	PERLENGKAPAN MANTEN	B	13 TAHUN	2
8	DYAH SETIOWATI	48	PEREMPUAN	KACAMATA / ARLOJI	B	15 TAHUN	3
9	EDI	34	LAKI-LAKI	PAKAIAN KAOS	B	7 TAHUN	2
10	GALUH	29	PEREMPUAN	GULA JAWA	C	7 TAHUN	-
11	GIYONO	54	LAKI-LAKI	BATIK	B	21 TAHUN	3
12	HARDATI	43	PEREMPUAN	ANYAMAN	C	13 TAHUN	3
13	HARSO GUNAWAN	54	LAKI-LAKI	SANDAL	C	7 TAHUN	3
14	HASAN	54	LAKI-LAKI	TEBBAKAU	C	4 TAHUN	2
15	HENDRA RAHMAN	32	LAKI-LAKI	REMPAH-REMPAH	C	3 TAHUN	2
16	HERI SABIDI	47	LAKI-LAKI	BARANG BEKAS PAKAIAN	D	6 TAHUN	3
17	ISNAN MUSTAQIM	24	LAKI-LAKI	SOUVENIR	B	3 TAHUN	-
18	ISTRINI M	57	PEREMPUAN	BATIK	B	15 TAHUN	4
19	IWANTO SUPADI	39	LAKI-LAKI	KERAJINAN	C	13 TAHUN	2
20	JONI	32	LAKI-LAKI	KERAJINAN TAS	C	6 TAHUN	-
21	KRESNA	40	LAKI-LAKI	KERUPUK	C	18 TAHUN	3
22	KUSMINI	53	PEREMPUAN	DAGING	B	7 TAHUN	3
23	LASTRI WATI	58	PEREMPUAN	BERAS	C	11 TAHUN	3
24	NANIK	32	PEREMPUAN	BERAS	C	9 TAHUN	3
25	NUNING	49	PEREMPUAN	SPREI	A	14 TAHUN	3
26	PAIDI SUBROTO	51	LAKI-LAKI	ONDERDIL	C	10 TAHUN	3
27	PAIDI WINARYA	42	LAKI-LAKI	PERALATAN RUMAH TANGGA	C	14 TAHUN	3
28	PEBI RIYANTI	54	PEREMPUAN	PAKAIAN MUSLIM	B	7 TAHUN	3
29	SARI WIDIASTUTI	42	PEREMPUAN	REMPAH-REMPAH	C	15 TAHUN	3
30	SENO PARMAN	48	LAKI-LAKI	AKSESORIS	B	3 TAHUN	1
31	SEPTIANI	38	PEREMPUAN	TAS	B	4 TAHUN	1
32	SETYO RAHARJA	62	LAKI-LAKI	KELONTONG	B	8 TAHUN	3
33	SITI	52	PEREMPUAN	PAKAIAN	B	15 TAHUN	1
34	SITI	39	PEREMPUAN	GULA JAWA	C	6 TAHUN	1
35	SODIKIN PRIMA	50	LAKI-LAKI	MAINAN ANAK	B	9 TAHUN	3
36	SUDARSIH	49	PEREMPUAN	BATIK	B	9 TAHUN	2
37	SUJATMIKO	63	LAKI-LAKI	AKSESORIS KERIS	B	10 TAHUN	1
38	SUMARNI	53	PEREMPUAN	AKSESORIS	B	12 TAHUN	1
39	SUMIYA	53	PEREMPUAN	OLEH-OLEH	B	25 TAHUN	2
40	SURANI DWI ARIYANI	37	PEREMPUAN	PAKAIAN	B	5 TAHUN	3
41	SURATIJO	28	LAKI-LAKI	PAKAIAN JAWA	B	12 TAHUN	1
42	SURATNO	51	LAKI-LAKI	SOUVENIR	B	6 TAHUN	3
43	TERA IRAWAN	28	LAKI-LAKI	AKSESORIS PERNIKAHAN	B	8 TAHUN	-
44	THOMAS DISKI L P	36	LAKI-LAKI	ONDERDIL BEKAS	D	11 TAHUN	3
45	THOMAS SETYAWAN	53	LAKI-LAKI	PAKAIAN DALAM	B	6 TAHUN	2
46	TONO	45	LAKI-LAKI	TAS	B	5 TAHUN	3
47	TOTOK	46	LAKI-LAKI	TEBBAKAU	C	11 TAHUN	2
48	WIJAYA KUSUMA	41	LAKI-LAKI	SEBAKO	C	7 TAHUN	3
49	WINARYO	58	LAKI-LAKI	KERAJINAN	B	17 TAHUN	2
50	WISNU INDRAPRATA	42	LAKI-LAKI	ARLOJI	B	12 TAHUN	1

## Lampiran 3 Kuesioner

### DAMPAK E-COMMERCE DENGAN POLA BELANJA MASYARAKAT TERHADAP PASAR TRADISIONAL BERINGHARJO YOGYAKARTA

PENELITIAN OLEH: AUREL DWI IRAWAN PUTRA / 190117600  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Nama:

Jenis Kelamin:

Usia:

Jenis Dagangan:

Sudah berapa lama Bapak/Ibu berdagang di Pasar Beringharjo?

- < 5 tahun
- 5 - 10 tahun
- > 10 tahun

Jika > 10 tahun, tulis lama berdagang

Setelah munculnya *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya, apakah berdampak terhadap penjualan *offline* Bapak/Ibu?

- Ya
- Tidak

Tulis pendapat

Apakah Bapak/Ibu memiliki toko *online* untuk menjual produk secara daring?  
Jika tidak, apakah berencana untuk membuka toko *online* di masa depan?

- Ya
- Tidak

Tulis rencana

Bagaimana peningkatan popularitas produk-produk tertentu di Pasar Beringharjo setelah dikenalkannya e-commerce? Apakah ada produk yang menjadi lebih diminati atau lebih sulit terjual?

Apakah Bapak/Ibu menggunakan strategi khusus untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan dengan penjualan online?

- Ya
- Tidak

Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang perubahan tren harga produk di Pasar Beringharjo sejak maraknya e-commerce? Apakah terjadi penyesuaian harga atau strategi promosi tertentu?

Apakah Bapak/Ibu mengalami peningkatan dalam permintaan produk-produk lokal atau khas daerah di pasar tradisional, mengingat tren kesadaran konsumen akan produk lokal?

- Ya
- Tidak

Bagaimana pola belanja masyarakat di Pasar Beringharjo? Apakah cenderung membeli secara impulsif atau terencana? Apakah ada perubahan pola belanja sejak maraknya *e-commerce*?



Menurut Bapak/Ibu, langkah atau terobosan apa yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah untuk membantu pedagang pasar tradisional menghadapi persaingan dengan *e-commerce*?



Bagaimana strategi Bapak/Ibu dalam menanggapi ulasan dan feedback konsumen di platform online yang mempengaruhi citra dan penjualan produk di Pasar Beringharjo?



## Lampiran 4 Dokumentasi



