

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai **Dampak Penggunaan *Online shop* terhadap Tingkat Penjualan Barang di Pasar Sudimampir Banjarmasin** yang telah dilakukan melalui metode deskriptif kualitatif terhadap delapan orang pedagang, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Dampak Penggunaan *Online shop* terhadap Tingkat Penjualan Barang

Penggunaan *online shop* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan penjualan barang di Pasar Sudimampir Banjarmasin. Para pedagang mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah, meningkatkan omzet penjualan, serta mempermudah proses transaksi melalui dukungan fitur-fitur digital seperti pembayaran daring, sistem pengiriman terintegrasi, dan promosi berbasis media sosial maupun *live streaming*. Meskipun demikian, terdapat pula dampak negatif seperti persaingan harga yang ketat, risiko penipuan, serta pengembalian barang pada sistem *Cash On Delivery* (COD).

2. Persepsi Pedagang terhadap Peluang dan Tantangan Penggunaan

Online shop

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Sudimampir Banjarmasin memiliki persepsi yang beragam, namun cenderung positif terhadap penggunaan *online shop*. Pedagang memandang *online shop* sebagai peluang strategis untuk memperluas pasar, meningkatkan omzet, mempermudah transaksi, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Namun demikian, di balik peluang tersebut, pedagang juga menyadari adanya berbagai tantangan, seperti persaingan harga yang semakin ketat, keterbatasan penguasaan teknologi, kendala jaringan, risiko penipuan, serta permasalahan pengiriman barang. Persepsi ini menunjukkan bahwa keberhasilan penggunaan *online shop* sangat bergantung pada kesiapan dan kemampuan adaptasi pedagang dalam memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi tantangan yang muncul, sehingga *online shop* dapat dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop* berperan penting dalam meningkatkan penjualan barang di Pasar Sudimampir Banjarmasin. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat dan manajemen usaha yang baik, peluang dari pemanfaatan *platform* digital dapat dimaksimalkan, sementara tantangan yang dihadapi dapat

diminimalkan, sehingga keberadaan *online shop* dapat menjadi sarana yang efektif dan berkelanjutan bagi perkembangan usaha pedagang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Pedagang Pasar Sudimampir Banjarmasin

Disarankan untuk terus memanfaatkan *online shop* secara optimal melalui strategi promosi yang kreatif dan konsisten, seperti penggunaan *live streaming*, foto produk berkualitas, dan program diskon. Pedagang juga perlu meningkatkan literasi digital agar mampu menguasai fitur-fitur *platform e-commerce* secara maksimal, serta menerapkan manajemen stok yang terintegrasi antara toko *offline* dan *online* untuk menghindari kekosongan atau kelebihan barang.

2. Kepada Pengelola Pasar dan Pihak Terkait

Perlu memberikan pelatihan rutin bagi pedagang mengenai pemasaran digital, manajemen usaha berbasis teknologi, dan keamanan transaksi *online*. Dukungan infrastruktur, seperti jaringan internet yang stabil di area pasar, juga akan sangat membantu optimalisasi penjualan berbasis digital.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana mengetahui besaran pengaruh secara statistik seperti kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen terhadap belanja *online*.