

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan ringkasan dari temuan utama dalam penelitian ini, yang mencerminkan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen serta kesimpulan signifikan dari analisis data. Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis menyimpulkan penelitian ini sebagai berikut:

1. *E-Commerce* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Muslimah di Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat.
2. Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Muslimah di Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat.
3. Pemasaran Digital secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Muslimah di Pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat.

#### B. Saran

Saran penelitian memberikan rekomendasi praktis dan masukan bagi penelitian selanjutnya berdasarkan hasil temuan yang telah diperoleh, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan aplikasi dari variabel-variabel yang diteliti.

Berikut adalah saran penelitian yang sesuai dengan temuan penelitian ini untuk berbagai pihak terkait:

1. Pedagang Konvensional Pasar Tanah Abang: Disarankan agar pedagang konvensional mulai mempertimbangkan strategi digital, seperti pemasaran *online* melalui media sosial atau *marketplace*, untuk mengatasi persaingan harga yang ketat dengan *e-commerce*. Pedagang dapat meningkatkan daya tarik dengan memberikan layanan tambahan atau menjual produk yang memiliki nilai unik dibandingkan yang ada di pasar *online*.

2. Pemangku Kebijakan: Untuk mendukung keberlanjutan pedagang tradisional, kebijakan yang mendorong adopsi teknologi digital serta akses terhadap pelatihan pemasaran digital bagi pedagang kecil dapat diprioritaskan. Regulasi untuk menjaga keseimbangan kompetisi harga dengan *e-commerce* juga perlu dipertimbangkan untuk melindungi usaha kecil menengah di pasar tradisional.
3. Pengelola *e-commerce* besar: Dianjurkan agar *platform e-commerce* besar menyediakan kemitraan yang inklusif bagi pedagang tradisional, memungkinkan mereka memanfaatkan teknologi *e-commerce* tanpa sepenuhnya meninggalkan model bisnis konvensional. Kolaborasi dalam bentuk pelatihan atau subsidi biaya bergabung juga bisa menjadi dukungan tambahan untuk pedagang konvensional.
4. Akademisi: Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memperluas kajian terkait dampak transformasi digital pada pedagang tradisional, khususnya dalam bidang strategi harga dan adaptasi terhadap pemasaran digital. Studi lebih lanjut yang menggabungkan perspektif ekonomi dan sosial bisa memperdalam pemahaman tentang tantangan pedagang konvensional di era digital.
5. Penelitian Selanjutnya: Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk mengeksplorasi variabel tambahan, seperti kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, serta menggunakan metode longitudinal untuk melihat dampak jangka panjang dari digitalisasi terhadap pendapatan pedagang konvensional. Penelitian lintas daerah juga dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap pasar tradisional di berbagai wilayah.