

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data diketahui bahwa terdapat beberapa perubahan sosial yang mengarah pada dampak negative maupun positif dari eksistensi pasar ular. Dampak negatifnya yakni akibat kehadiran pasar modern terhadap pasar tradisional terutama pasar ular merupakan bentuk-bentuk perubahan sosial yang bersifat menghambat perkembangan pedagang Pasar Ular itu sendiri.

Melalui penelitian diketahui sebagai berikut:

1. Pajak Ular terletak di persimpangan jalan Veteran dan Sutomo di depan Gedung Juang 45 kota Medan.
2. Pajak Ular didirikan 1960an dan eksistensinya masih terus berkembang di tiap tahunnya.
3. Dalam beberapa tahun, Pajak Ular menjual barang-barang unik dan bekas.

Di jaman e-commerce, eksistensi Pajak Ular masih diakui dengan keberadaannya dan masih melakukan transaksi jual beli.

4. Maka eksistensi yang dilihat dari beberapa aspek yakni:

- a. Faktor lokasi

Melalui factor lokasi, pasar ular masih dikatakan eksis karena keberadaannya yang sangat dekat dengan Pasar Sambu dan Medan Mall.

Belum lagi di sekitaran pasar tersebut dekat dengan beberapa sekolah dan universitas, Universitas HKBP Nomensen, SMA Budi Mulia dan beberapanya. Lokasi pasar ini juga bukan berada di dalam pasar akan tetapi berada di pinggir jalan. Jadi dengan sebisa mungkin para pengendara yang melewati jalan tersebut. Bisa melihatnya dari kendaraan mereka.

b. Faktor Produksi

Hasil atau barang yang diperjual belikan di PASar Ular, masih barang-barang yang dikategorikan kebutuhan. Pasti akan dicari bila ada kebutuhan. Selain itu, juga barang diperjualbeikan bisa menambah trend bahkan label anak jaman. Karena barang yang dijual sangat relevan dengan jaman sekarang ini yakni Handphone dan sepatu yang sangat mengikuti jaman.

Barang yang diperjualbelikan pun diusahakan oleh pedagan untuk tidak kosong. Setidaknya aka nada lagi yang baru tiap harinya. Barang yang disediakan oleh para pedagang juga merupakan barang-barang yang unik dan langka, serta suku cadang yang bahkan sangat susah untuk didapatkan kembali.

c. Faktor Pemasaran

Melalui factor pemasaran ini, Pasar Ular belum memiliki alat pemasaran yang sistematis. Alat pemasaran yang ada hanya dari mulut

ke mulut dan arena memang kebetulan saja lewat. Lagipula karena komoditi yang dijual pun berbeda dengan pasar yang lain maka pasar ini masih eksis.

d. Faktor Kebijakan Pemerintah

Melalui kebijakan pemerintah belum ada yang menyentil sedikit pun tentang Pasar Ular. Pasar Ular masih dalam proses perbaikan dari mulai tatanan penjajakan barang jualan. Sampai saat ini pun Pasar Ular belum pernah sekalipun digusur oleh pihak Pemerintah. Salah satu alasannya karena memang pedagang yang berjualan disitu bisa silih berganti. Jarang ada yang menetap secara lama bahkan kalau pun sudah lama berjualan disana itu pun karena bolak-balik sudah mendiami lapak tersebut.

Di sisi lain muncul perubahan sosial dalam bentuk-bentuk positif. Bentuk positif dalam perubahan sosial yang dialami oleh para pedagang Pasar Ular akibat kehadiran pasar modern maupun e-commerce merupakan strategi-strategi dalam upaya adaptif serta inovatif yang diterapkan pedagang untuk mempertahankan eksistensinya.

Factor-faktor yang membuat pengunjung tetap loyal memilih berbelanja di Pasar Ular dikarenakan harga yang ditawarkan dalam Pasar Ular lebih murah dengan harga pasar modern bahkan dalam bisnis e-commerce. Selain itu, barang-barang yang dipasarkan termasuk barang yang unik dan bekas. Salah satu keunggulannya juga, Pasar Ular menjual suku cadang suatu benda atau barang yang dijual secara satuan yang biasanya tidak dapat dibeli di warung atau pasar apapun itu. Barang

yang diperjualbelikan adalah barang bekas yang masih layak dipakai. Kalaupun ada yang rusak, biasanya dapat diperbaiki kembali tanpa menguras uang yang cukup banyak. Lokasinya yang strategis yakni berada di sekitaran pasar juga. Keberadaannya juga ada di sekitar sekolah dan universitas. Memungkinkan kaum muda yang lebih banyak bereksprimen dan bereksplorasi dengan barang-barang akan mencoba bahkan berkunjung kesana ketika memerlukan suatu barang yang diinginkannya.

B. Saran

1. Bagi para pedagang Pasar Ular untuk meningkatkan berbagai upaya-upaya pengelolaan harapannya bisa lebih baik lagi. Hal ini memberikan lebih banyak strategi yang adaptif dan inovatif para pedagang Pasar Ular dalam menghadapi kehadiran bisnis e-commerce.
2. Bagi pemerintah melalui pengelola pasar dan penertiban jalan untuk lebih memerhatikan berbagai unsur pendukung terhadap pedagang itu sendiri. Dengan demikian pengelola pasar tidak hanya bertugas menarik retribusi semata namun juga memberikan bentuk-bentuk dukungan kepada pedagang Pasar Ular.
3. Bagi para peneliti dibutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai dampak kehadiran pasar modern terhadap pasar tradisional dalam lokasi yang berbeda. Dengan demikian bisa memberikan gambaran terhadap bisnis e-commerce yang berbeda pula.
4. Pemda melakukan pendokumentasian lebih baik untuk Pajak Ular, sebagai satu ikon pasar yang unik di Kota Medan.

5. Pajak ULar tetap melaksanakan tugasnya sebagai pasar yan unik dan masih menjadi destinasi wisata kota Medan.



THE
Character Building
UNIVERSITY