

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Revolusi industri 4.0 menjadi lompatan besar bagi masyarakat Pasar Tradisional Baruga, dimana teknologi informasi dan komunikasi dimanfaatkan untuk transaksi jual-beli sehingga melahirkan cara baru dalam melakukan kegiatan bisnis sehingga kinerjanya lebih efektif para pedagang dan pembeli tidak perlu lagi bersusah payah dalam menjual dan membeli sayur-mayur dan barang lainnya.

Dengan memanfaatkan media sosial dalam berdagang terdapat hal positif yang mereka rasakan salah satunya seperti usaha mereka semakin berkembang dan pendapatan merekapun ikut meningkat. selain itu diantara mereka bahkan ada yang memanfaatkan gojek online seperti grab, maxim dan kurir untuk mengantarkan barang dagangan mereka kepada pelanggan yang telah memesan barang dagangan mereka melalui facebook maupun WhatApps.

2. Pemasaran dengan menggunakan media sosial merupakan sesuatu hal yang boleh saja dilakukan karena masi dalam lingkup pemasaran selama tidak ada penyimpangan prinsip muamalah. Strategi pemasaran yang di lakukan oleh para pedagang pasar Baruga di era revolusi industri 4.0 belum cukup sesuai dengan dengan prinsip, karakteristik, dan praktik pemasaran Nabi Muhammad

SAW adapun prinsip-prinsip yang perlu diterapkan dalam pemasaran mengacu pada sebagai berikut: Cintailah pelanggan anda dan hormatilah *Kompetitor* anda, Jadilah kompetitor yang sensitif terhadap perubahan dan jadilah pemasaran yang siap terhadap perubahan, Selalu menawarkan barang yang baik dengan harga yang sesuai, Rela sam rela adanya hak *Khiyar* pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi) dan Tidak curang .

5.2 limitasi Penelitian

Limitasi atau kelemahan pada penelitian terletak pada proses penelitian. Penulis menyadari bahwa dalam suatu penelitian pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Adapun salah satu faktor yang menjadi hambatan dalam penelitian ini yaitu terdapat pada pedagang yang enggan menjadi narasumber.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disampaikan beberapa peromendasi berkaitan dengan strategi pemasaran pedagang pasar baruga di era revolusi industri 4.0

1. Bagi Para pedagang Pasar Baruga

Adapun untuk para pedagang pasar Baruga saran saya agar bagi pedagang yang tidak melakukan penjualan online tidak bungkam melihat perkembangan pemasaran online yang kian semakin eksis hendaknya mereka juga ikut terjun langsung dalam melakukan perdagangan online bukan hanya menjadi penonton dan untuk para pedagang yang sudah berdagang secara online hendaknya meningkatkan lagi penjualan mereka bukan hanya di whatsApp dan facebook saja tetapi di akun media sosial yang lain juga.

2. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah referensi kepustakaan yang berkaitan dengan strategi pemasaran pedagang pasar baruga di era revolusi industri

4.0

