

BAB V**KESIMPULAN, LITIMASI, DAN REKOMENDASI****5.1 Kesimpulan**

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

1. Optimalisasi yang dilakukan oleh UMKM studi Gerai Handphone Pasar Panjang Kota Kendari dalam menggunakan group Kendari Jual Beli (KJB) sebagai media pemasaran online yaitu dilakukan dengan cara marketing mix yang dikenal juga dengan istilah 4P. Istilah 4P yaitu meliputi: *Pertama*, produk. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, organisasi dan ide dalam hal ini produk yang ditawarkan oleh merchant atau pemilik gerai handphone merupakan barang baru maupun barang bekas yang berupa handphone. *Kedua*, Harga. Didalam group Kendari Jual Beli (KJB) penjual atau pemilik gerai *HandPhone* yang memposting barang di group Kendari Jual Beli (KJB) akan menentukan harga barang serta opsi nego atau barter guna menarik minat pembeli terlebih dahulu. *Ketiga*, Tempat. Tempat disini di artikan sebagai tempat pelayanan barang, apabila telah terjadi kesepakatan mengenai harga barang mereka akan menentukan waktu dan tempat untuk penyerahan barang. *Keempat*, Promosi. Meliputi semua kegiatan yang dilakukan penjual untuk mengkomunikasikan barang dagangannya kepada anggota Group Kendari Jual Beli (KJB) sebagai salah satu upaya mempengaruhi penghuni group agar tertarik oleh handphone yang posting.

2. Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan group Kendari Jual Beli (KJB) yaitu; *Pertama*, Kemudahan yang dirasakan oleh pedagang maupun pembeli. Kemudahan mengakses group tersebut baik menggunakan Hp ataupun laptop, kemudahan komunikasi apabila pedagang telah memposting barang dagangannya dengan spesifikasi tertentu maka konsumen akan melakukan komunikasi baik melalui komentar maupun pada obrolan pribadi. *Kedua*, memberikan manfaat bagi konsumen yaitu mudahnya mendapatkan jenis barang yang diinginkan melalui fitur cari dengan memasukkan kata kunci barang tersebut, harga yang diberikan lebih murah. Adapun manfaat bagi gerai handphone yaitu sasaran pemasaran yang luas dan tidak terbatas dari semua kalangan masyarakat yang menggunakan Facebook dan jumlah pemasaran yang meningkat akibat penjualan yang lebih luas.
3. Pandangan ekonomi syariah dalam terkit yang dilakukan dalam Group Facebook Kendari Jual Beli (KJB) dapat dilakukan selama memenuhi rukun akad sesuai aturan qiqih yaitu; ada pihak-pihak yang berakad, adanya ijab dan qabul, adanya objek akad dan tujuan pokok akad itu dilakukan. Pihak pihak yang berakad dalam jual beli on-line sudah jelas , yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. Adapun bentuk aqad yang di adopsi adalah bay' al murabahah.

5.2 Litimasi Penelitian

Litimasi atau kelamahan pada penelitian ini terletak pada proses penelitian. Penulis menyadaribahwa dalam suatu penelitian pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Salah satu faktor yang menjadi kendala dan hambatan dalam penelitian

ini yaitu tempat dan waktu penelitian. Karena peneliti tidak menemukan lokasi kantor KJB yang terbaru, serta sulitnya menentukan gerai handphone yang siap menjadi narasumber karena berbagai alasan. Namun peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk mengumpulkan data agar sesuai target awal peneliti.

5.3 Rekomendasi

- a. Bagi UMKM di Kota Kendari khususnya Gerai Handphone di Pasar Panjang, penelitian ini dapat menjadi rujukan UMKM dalam mendorong penggunaan Group Facebook Kendari Jual Beli (KJB) sebagai media pemasaran online dalam upaya meningkatkan pendapatan mereka.
- b. Bagi penulis, penelitin ini diharapkan dapat menambah pengetahuan juga menjadi sarana bagi penulis untuk mengaplikasikan teori yang berkaitan dengan upaya mengoptimalkan penggunaan KJB.
- c. Bagi pihak lain, penelitian ini di harapkan dapat menambah refensi kepustakaan yang berkaitan dengan upaya UMKM megoptimalkan penjualannya.

