

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Penelitian

Peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisa dari bab sebelumnya sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang di lakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai sudah cukup baik. Pedagang kaki lima di Kota Binjai sangat memperhatikan produk, karena pedagang khawatir ditinggalkan pelanggan jika kualitas produk yang rendah. Kemudian dengan harga dan barang yang sangat sesuai dengan daya beli konsumen tingkat menengah maka membantu perekonomian masyarakat khususnya para pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima di Kota Binjai menggunakan strategi tempat yang sangat berpengaruh sekali karena tempatnya sangat strategis berada pada pusat perkotaan. Promosi yang dilakukan para pedagang dengan cara kontak langsung dengan para calon konsumennya/pelanggannya dan memberikan fasilitas diskon/pengurangan harga jual. Pedagang kaki lima di kota Binjai sangat menjaga *attitude*, ramah dan sopan, membuat para konumen/pelanggan merasa nyaman. Proses jual belinya diusahakan cepat, agar pelanggan tidak merasa kecewa. Dan selalu menggunakan antrian ketika pelanggan banyak yang datang. Pedagang kaki lima di Kota Binjai membuat menarik pelanggan dengan tampilan tempat jualan yang menarik.
2. Kendala yang dihadapi pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai, diantaranya adanya pengusuran, karena dianggap ilegal maka tidak adanya ganti rugi ketika pengusuran. Beberapa kendala juga yang dihadapi pedagang kaki lima Kota Binjai diantaranya adalah cuaca yang mudah berubah seperti halnya

hujan, perlunya mencari lokasi yang terang, paling tidak memiliki cahaya lampu pribadi, serta premanisme datang ketika berjualan malam.

3. Solusi yang dilakukan pedagang kaki lima muslim pada malam hari dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Binjai Pedagang kaki lima kota Binjai dari hasil analisis SWOT didapati bahwasanya pedagang kaki lima berada pada kuadran *growth* dengan total skor kekuatan internal bisnis memiliki angka sebesar 3.39 dan total skor daya tarik industrinya sebesar 3.34 dapat ditarik kesimpulan PKL berada pada posisi yang sangat menguntungkan, sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada karena memiliki peluang dan kekuatan. Kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) ataupun dengan rekomendasi strategi progresif merupakan strategi yang harus diterapkan pada kuadran *growth* artinya pedagang sangat disarankan untuk terus melakukan inovasi contohnya dalam hal kualitas produk tetap dijaga, harga tidak terlalu tinggi, agar dapat memperoleh kemajuan yang lebih maksimal.

B. Saran Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian karya ilmiah ini, peneliti menyadari masih banyak terdapat kekeliruan, disebabkan masih terbatasnya kemampuan peneliti. Oleh karena itu segala hal yang berkaitan dengan pedagang kaki lima diharapkan para pembaca agar lebih dapat menyempurnakan kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini.

1. Bagi peneliti selanjutnya.
Bagi peneliti selanjutnya dikarenakan waktu sangat berpengaruh terhadap kualitas dan efisiensi dari penelitian maka untuk lebih mempersiapkan waktu, dan diharapkan sasaran yang akan dijadikan narasumber lebih banyak, serta mengkaitkan pemerintah sebagai objek selanjutnya untuk mencari informasi yang lebih detail contohnya seperti perbanyak narasumber yang sudah lama berdagang. Perlu koordinasi yang lebih baik antara para instansi yang menangani masalah pedagang kaki lima di Kota Binjai sehingga

pengelolaan dan pengawasan terhadap pedagang kaki lima bisa berjalan dengan baik.

2. Bagi Pedagang Kaki Lima

Bagi para Pedagang Kaki Lima di Kota Binjai agar meningkatkan sistem manajemen penjualan dengan cara terus mempertahankan kualitas dan kuantitas produk dengan mempertahankan harga sama pada setiap produk yang dipasarkan dan menerapkan promosi melalui spanduk maupun media, juga peningkatan dari *attitude* dan proses jual beli, kemudian tetap utamakan pelanggan dari berbagai latar belakang,

3. Bagi Pemerintah

Bagi Pemerintah Kota Binjai sebaiknya membuka lokasi untuk berdagang bagi pedagang kaki lima di tempat yang selayaknya berdagang yang berdekatan dengan pusat kota ini tanpa harus menghambat dan mengganggu kenyamanan masyarakat yang melintas di jalan raya. Selanjutnya bagi pemerintah setempat untuk meningkatkan penghasilan para pedagang kaki lima perlu adanya bantuan berupa bantuan dana dari pemerintah kepada para pedagang kaki lima agar pedagang bisa meningkatkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Anoraga, Panji. *Manajemenn Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta: Syamil Cipta Media, 2019.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktisi*, Malang: UIN Alang Press, 2008.
- eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 2013. *Persiapan Indonesia Dalam Menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)* [Online]. Tersedia pada : ejournal.hi.fisipunmul.ac.id/ 31 Agustus 2019.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Fred, R David, *Manajemen Strategis*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Harahap, Isnaini, yenni, Marliah dan Rahmi, *Hadist – Hadist Ekonomi* (Kencana : Jakarta, 2015).
- Harahap, Martua, “*Strategi Pengembangan Bank Syariah Di Padang Sidempuan (Studi Kasus Di PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero).Tbk Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan)*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN-SU, 2014).
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor:Ghalia Indonesia, 2010.
- Heidrick & Struggless, *The Adoption Of Digital Marketing In Financial, Services Under Criss*, (2009),
- Hendro, *Dasar – Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta:Erlangga, 2011)
- Ibrahim, Ahmad. *Manajemen Syariah: sebuah kajian historis dan kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Ismail, M. Yusanto dan Karebet, M. Widjajakusuma. *Mengagas Bisnis Islami*, Jakarta:Gema Insani SEM Institute,2002.

- Jahanshahi, et al, *E-Commerce for SMEs; EmpericalInsghts from Theree Countries, journal of small Business and Enterprise Delopment*, 2013.
- Kartajaya, Hermawan dan Syakir, Muhammad Sula. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka,2006.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kirana , Shanti, Anggraeni, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah Berbasis Olahan Ikan Di Indonesia : Suatu Tinjauan*, Journal Industrial Services Vol. 3c No. 1 Oktober 2017.
- Kirk, j., dan Miller, M.L. *Reliability and Validity in Qualitative Research* (Beverly Hills: Sage Publications, 1986). H. 9. Lihat juga Lexy J.
- Kleindl & Burrow, *E- Commerce Marketing* (Lakewood. Ohio:Top Floor, 2005),
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Lexy, J. Moleong. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta,2006.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&d*,(Bandung:Alfabeta, 2010)
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke 2 (Yogyakarta:Andi, 2002)
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2004).
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Musa, Hubeis dan Najib, Mukhamad: *Manajemen Stratejik dalam Pengembangan Daya Saing Organiisasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014.
- Pearce dan Robinson, *Manajemen stratejik "Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian"*, Binarupa Aksara, Jakarta: 1997.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin Keller,*Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.

- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Roger A. Kerin dan Robert A Peterson. *Pemasaran Strategis: Kasus dan Komentari*. Jakarta: Permata Puri Media, 2015.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Sharif Chaudhry, Muhammad, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Sofjan, Assauri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- <http://afhie-cirebon.blogspot.com/2012/12/penerapan-analisis-swot-pada-lembaga.html> Diakses pada tanggal 12 Maret 2019



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN