

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan Hasil Penelitian Dan Analisis Penelitian Yang Telah Di Uraikan, Maka Ditarik Kesimpulan Sebagai Berikut:

1. Strategi pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha pasca pandemi covid-19 dilihat dari strategi manajemen pemasaran dan strategi manajemen risiko. Strategi manajemen pemasaran yang diterapkan pedagang kaki lima di sekitaran kampus A Uin Raden Fatah menjual produk yang beragam, harga yang terjangkau, tempat yang bersih dan nyaman dan melakukan promosi. Adapun strategi manajemen risiko yang diterapkan pedagang kaki lima yaitu dengan cepat beradaptasi dengan keadaan pasca pandemi covid-19. Para pedagang mampu melakukan strategi manajemen pemasaran dan risiko usaha yang baik sehingga usahanya tetap bertahan. Namun tidak dipungkiri pasca pandemi covid-19 pendapatan para pedagang kaki

lima disekitaran kampus A UIN Raden Fatah mengalami penurunan dan berkurangnya jumlah pembeli.

2. Startegi yang dilakukan pedagang kaki lima pasca pandemi covid-19 ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam telah sesuai dengan strategi manajemen pemasaran dalam Islam yaitu bersifat jujur dalam menjelaskan produk dan mempromosikan produk, bersifat adil dalam penetapan harga, dan menyediakan tempat yang nyaman dan didukung dengan adanya fasilitas beribadah dikampus UIN Raden Fatah. Adapun strategi manajemen risiko yang diterapkan pedagang kaki lima juga telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam dengan tidak menghalalkan berbagai cara untuk mempertahankan usaha, bersaing secara sehat antar sesama pedagang, serta melaukan perencanaan usaha yang lebih baik.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran yang bertujuan memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang Kaki Lima disekitaran kampus A UIN Raden Fatah

Bagi pedagang kaki lima agar lebih meningkatkan strategi promosi yang tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut atau berjualan langsung di tempat tetapi bisa dalam bentuk lain contohnya memanfaatkan media sosial. Hal ini dilihat dari perkembangan jaman yang semakin modern dan persaingan usaha yang semakin meningkat sehingga pembeli dapat mengetahui produk yang dijual tidak hanya pembeli disekitaran kampus A UIN Raden Fatah tapi pembeli dari luar juga dapat mengetahui produk yang dijual. Untuk musibah adanya pandemi Covid-19 dapat dijadikan sebagai pelajaran dan pengalaman berharga, serta membuktikan kepada pedagang yang lain bahwa musibah tersebut tidak mematahkan semangat untuk terus bangkit mempertahankan usaha.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang berbeda. Penelitian ini membahas tentang strategi pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha

dilihat dari manajemen risiko dan manajemen pemasaran dan perspektif ekonomi Islam, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti secara lebih luas dan mendalam mengenai strategi manajemen lainnya sehingga menghasilkan gambaran dan pembahasan yang lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Reineka Cipta,2006)
- Afrizal, “*Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu.*” (Jakarta: Rajawali Pers, 2015)
- Agus Winoto, dkk, *Jurnal Kajian Karakteristik Dan Faktor Pemilihan Lokasi Pedagang Kaki Lima Di Kota Yogyakarta*
- Ahmad A.K. Muda, *Kamus Lengkap bahasa Indonesia*, (Jakarta: Reality Publisher, 2012)
- Arie Rachmat Sunjoto, “*Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010)*”, *Jurnal Ekonomi SyariahIndonesia*, Volume I, No.2 Desember 2011
- Audah Syah Fitri, *Analisis Hukum Bisnis Islam Terhadap Pengambilan Keuntungan Pada Penjualan Onderdil di*

*Bengkel Pakis Surabaya*, Surabaya: UIN Sunan Ampel  
Surabaya, 2016

BPS (Badan Pusat Statistik), "Kota Palembang dalam angka".  
[https://palembangkota.bps.go.id/publication/2018/08/16/  
b3fad0b55076a742da4af61b/kota-palembang-dalam-  
angka.html](https://palembangkota.bps.go.id/publication/2018/08/16/b3fad0b55076a742da4af61b/kota-palembang-dalam-angka.html) (diakses pada 15 April 2022)

Buchari Alma, "*Pengantar Bisnis*" (bandung: Alfabeta, 2017)

Christina Menuk S, *Jurnal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi  
Pendapatan Pedagang Kaki Lima Studi Kasus Pkl Di  
Surabaya*

Desak Made Darmawati, dkk, "Strategi pedagang kaki lima  
(UKM) rukun warga 02 Kelurahan Paseban" (jurnal  
Solma: ISSN: 2614-1531, N0. 10, 2021)

Dimas Hendika Wibowo, dkk, "*Analisis Strategi Pemasaran  
Untuk Meningkatkan Daya*

Dwi Hadya Jayani, "Berapa Jumlah Pekerja Informal pada  
Februari 2021?",  
[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/07/b  
erapa-jumlah-pekerja-informal-pada-februari-2021](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/07/berapa-jumlah-pekerja-informal-pada-februari-2021)  
(diakses pada 15 April 2022)

- Erni Trisnawati Sule dan Muhammad Hasanudin, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2016)
- Hanna Zulhijahyanti, Kintan, Leonita, Strategi mempertahankan usaha pedagang kaki lima (PKL) di masa pandemi covid-19. (Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen: Vol. 8, No. 1 Juni 2021)
- Irene Diana Sari Wijayanti, "*Manajemen*", (Yogyakarta: Nuha Medika, 2012)
- Richardus Eko Indrajit, "*Strategi Manajemen Pembelian dan Supply*", (Jakarta : PT Grasindo)
- Irfan Zevi, "*Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri*", 2018
- Juliansyah Noor, "*Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*", Jakarta: Kencana, 2012)
- Kementrian Agama RI, "*Al-Quran dan Terjemahan*", (Bandung: Siqma creative media corp, 2014)
- Khairani Afrianti Candra Dewi, Skripsi strategi Bisnis pada pedagang kaki lima (PKL) di taman Bungkul surabaya

(Studi Kasus pedagang kaki lima di taman bungkul,  
surabaya)

Laurence R. Jauch Wiliam F. Glueck, *Manajemen Strategi dan  
kebijakan perusahaan*,(Jakarta: Erlangga)

Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*,  
(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)

Lidyah, Rika dkk, "*Pedoman Skripsi FEBI*", (Palembang, 2017)

M Suwandiyanto, "*Manajemen Strategi dan Kebijakan  
Perusahaan*", (Bandung: Alfabeta, 2010)

Philip Kotler, "*Manajemen Pemasaran*", Prihalindo, (Jakarta,  
1997)

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran  
Edisi ke-12*

Prof. Dr. Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis*", (Penerbit Alfabeta:  
Bandung, 2018)

Ronal Jebert, "*Pengantar Bisnis Kespuluh*", (Erlangga, 2014)

Siti Rufiah, *Skripsi Strategi Pengelolaan Usaha Pedagang Kaki  
Lima Pasar Cik Puan Pekanbaru Ditinjau Menurut  
Ekonomi Islam*

Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Depok: Rajawali Pers, 2018)



Tuwis Hariyanti, Strategi Pedagang kaki lima dalam mempertahankan usaha di tengah wabah covid-19 studi kasus pada PKL di lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri. (Jurnal Ekonomi Bisnis: Vol.7 No. 1 April 2021)

# LAMPIRAN

## RIWAYAT HIDUP

Nama : M Iqbal Sepriyansyah  
NIM : 18206021016  
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 31- 12- 1999  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Perum Surya Akbar Gemilang  
Email : [Iqbalqreen61@gmail.com](mailto:Iqbalqreen61@gmail.com)  
Riwayat Pendidikan :



1. Madrasah Ibtidaiyah (MI) Palembang
2. SMP PGRI 9 Palembang
3. SMK Negeri 5 Palembang
4. S1 Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang

## DOKUMENTASI WAWANCARA





## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Identitas Pedagang Kaki Lima

Nama :

Jenis Kelamin :

Jenis Jualan :

### B. Daftar Pertanyaan

1. Sudah Berapa Lama Bapak/Ibu Berjualan ?
2. Dari jam berapa sampai jam berapakah bapak/ibu berjualan ?
3. Berapakah Pendapatan Bapak/Ibu dalam sehari sebelum adanya pandemi dan setelah adanya pandemi ?
4. Apa yang menjadi alasan Bapak/Ibu memilih berdagang di sekitaran Kampus A UIN Raden Fatah Palembang ?
5. Bagaimana strategi bapak/ibu dalam memilih barang yang akan dijual sehingga cepat terjual dan menarik minat pembeli ?
6. Metode promosi seperti apa yang bapak/ibu lakukan dalam memasarkan dagangan ?
7. Bagaimana sistem penetapan harga yang bapak/ibu terapkan untuk para pembeli ?

8. Apa dampak pandemi covid-19 terhadap usaha dagangan bapak/ibu ?
9. Bagaimana penerapan nilai-nilai Islam dalam pemasaran dagangan bapak/ibu ?