

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Penjual di pasar tradisional Desa Cikijing tidak hanya mengandalkan penjualan konvensional, tetapi juga mengadopsi berbagai inovasi pemasaran. Inovasi produk meliputi peningkatan kualitas, penambahan produk baru, dan kemasan menarik. Dalam inovasi proses, beberapa penjual menggunakan layanan antar jemput lokal, aplikasi untuk pencatatan keuangan, dan manajemen stok. Inovasi promosi dilakukan melalui pemberian diskon, pemanfaatan media sosial, dan penggunaan platform e-commerce serta iklan berbayar untuk mempromosikan produk.
2. Dampak dari inovasi pemasaran yang telah dilakukan oleh penjual di pasar tradisional Desa Cikijing, mencakup inovasi produk, proses, dan promosi, memberikan dampak positif yang signifikan bagi para penjual. Mereka merasakan peningkatan hasil dari inovasi yang telah mereka terapkan.
3. Penjual di pasar tradisional Desa Cikijing telah berhasil mengaplikasikan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis mereka melalui berbagai inovasi pemasaran. Digitalisasi mencerminkan prinsip keadilan dan kesetaraan dalam harga dan pelayanan, serta nilai-nilai nubuwah seperti kejujuran dan tanggung jawab dalam deskripsi produk. Peran pemerintah Desa sebagai Khalifah menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Penjualan produk yang bermanfaat dan penggunaan hasil penjualan untuk memenuhi kebutuhan penjual serta pekerja juga menunjukkan komitmen terhadap tujuan ekonomi Islam. Inovasi pemasaran ini tidak hanya menambah nilai bisnis tetapi juga memperkuat komitmen terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah dan kesejahteraan masyarakat.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Bagi Penjual di Pasar Tradisional Desa Cikijing

Berdasarkan wawancara, beberapa pedagang di pasar tradisional Desa Cikijing telah mengadopsi inovasi pemasaran. Inovasi-inovasi ini diharapkan dapat menginspirasi pedagang lainnya untuk melakukan hal serupa. Pengembangan inovasi pemasaran, yang mencakup produk, proses, dan promosi, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Cara pengembangannya meliputi peningkatan kualitas dan variasi produk, penggunaan teknologi untuk manajemen keuangan dan stok, serta pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce untuk promosi lebih efektif. Pedagang juga dapat mengikuti pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam pemasaran digital dan strategi bisnis yang inovatif.

### 2. Bagi Pengelola Pasar Tradisional Desa Cikijing

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa permasalahan pemasaran yang dialami oleh para pedagang di pasar tradisional Desa Cikijing. Pengelola dan pemerintah desa Cikijing diharapkan dapat memberikan pelatihan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pedagang di pasar tradisional Cikijing.

### 3. Untuk Penelitian Mendatang

Untuk penelitian mendatang, diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama. Selain itu, disarankan agar peneliti yang tertarik dengan topik yang serupa untuk menggunakan landasan teori yang telah disediakan, serta mempertimbangkan penambahan atau penggantian variabel yang akan diteliti. Meskipun penelitian ini belum mencapai kesempurnaan, namun diharapkan penelitian-penelitian selanjutnya dapat mendalami pembahasan dengan menggunakan pendekatan yang berbeda.