

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya tentang Perubahan Sosial Pada Perilaku Pedagang Tanaman Hias (Studi Kasus di Pasar Tanaman Hias Kalisari Kecamatan Semarang Kota Semarang), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Para pedagang tanaman hias di Kalisari memiliki alasan masing-masing dalam merintis atau mendirikan usaha tanaman hias. Pengaruh lingkungan keluarga yang memiliki usaha tanaman hias menjadi alasan utama para pedagang mendirikan usaha tanaman hias di Kalisari. Selain itu hobi merawat tanaman hias dan prospek usaha yang baik untuk kedepannya menjadi alasan selanjutnya para pedagang, karena usaha tanaman hias ini dapat berjalan lama tidak hanya bersifat musiman.
2. Perubahan sosial pada perilaku pedagang tanaman hias di Kalisari Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang sebagai berikut:
 - 1) Mereka memiliki cara masing-masing dalam mendapatkan modal awal mendirikan usaha tanaman hias. Seperti mendapatkan modal dari uang mereka sendiri, mendapatkan modal dari orang tua, mendapatkan modal dari meminjam teman bahkan ada yang mendapatkan modal dari hasil menjual sawah.
 - 2) Analisis usaha mereka memasarkan dagangannya ada yang hanya menunggu pembeli saja, ada yang memasarkan dengan harga grosir sehingga lebih murah dari yang lain, ada yang berkerjasama dengan kontraktor untuk proyek pembangunan taman, hotel maupun kafe, dan ada yang menyewakan tanaman hiasnya untuk kantor-kantor atau hotel. Kemudian mereka juga berkerjasama dengan distributor tanaman hias dari luar kota untuk mendapat pasokan bibit tanaman hias.

- 3) Strategi usaha para pedagang tanaman hias di Kalisari Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang mereka mengutamakan pelayanan kepada pembeli, memberikan kualitas pada tanaman hias yang dijual, menggunakan harga grosir, memperbanyak jenis tanaman hias dan memberikan tempat yang nyaman dan rapi.
 - 4) Kendala yang dialami pedagang tanaman hias di Kalisari Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang yang paling utama adalah maling tanaman hias, keterlambatan pengiriman bibit tanaman hias dan akar yang busuk saat musim penghujan.
3. Manajemen usaha para pedagang tanaman hias meliputi karyawan, standar penentuan harga, paguyuban para pedagang tanaman hias di Kalisari serta pendapatan per bulan yang diperoleh para pedagang tanaman hias.
 4. Pengaruh teknologi media sosial terhadap perubahan perilaku pada pedagang tanaman hias di Kalisari sebagai berikut:
 - 1) Teknologi media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan perilaku pedagang tanaman hias di Kalisari. Penggunaan media sosial memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pasar, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
 - 2) Meskipun memiliki manfaat yang signifikan, penggunaan teknologi media sosial juga dihadapkan pada tantangan dan hambatan tertentu. Pedagang tanaman hias perlu mengatasi kendala seperti kurangnya pengetahuan teknologi, keterbatasan sumber daya, dan persaingan yang ketat di dunia online.
 - 3) Media sosial mendorong pedagang tanaman hias untuk berinovasi dalam strategi pemasaran dan model bisnis mereka.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran kepada peneliti selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ini yang dapat bermanfaat bagi para pedagang tanaman hias di Kalisari, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang:

- 1) Peneliti selanjutnya dapat melakukan studi yang lebih mendalam tentang peran media sosial dalam aktivitas pemasaran pedagang tanaman hias. Fokus pada bagaimana pedagang dapat menggunakan platform media sosial secara efektif, mengoptimalkan fitur-fitur yang tersedia, dan membangun strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan keterlibatan konsumen.
- 2) Penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam keuntungan dan dampak penggunaan media sosial bagi pedagang tanaman hias.
- 3) Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam potensi inovasi yang dapat dihasilkan oleh penggunaan media sosial dalam bisnis tanaman hias.
- 4) Selain melihat perubahan perilaku saat ini, peneliti selanjutnya dapat melakukan evaluasi dampak jangka panjang dari penggunaan teknologi media sosial pada pedagang tanaman hias.

Berikut adalah beberapa kekurangan penelitian berdasarkan hasil penelitian ini yang perlu diperhatikan dan dapat memberikan manfaat bagi para pedagang tanaman hias di Kalisari, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang.

- 1) Penelitian ini mungkin memiliki sampel yang terbatas dalam hal jumlah pedagang tanaman hias yang terlibat. Dalam penelitian selanjutnya, penting untuk memperluas sampel agar lebih representatif dari populasi pedagang tanaman hias di Kalisari. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih akurat tentang perubahan perilaku dan dampak teknologi media sosial pada kelompok tersebut.
- 2) Dalam penelitian ini, mungkin tidak ada kelompok pembanding yang jelas, seperti pedagang tanaman hias di daerah lain yang tidak menggunakan media sosial secara aktif. Dengan membandingkan kelompok ini, penelitian dapat mengidentifikasi perbedaan perilaku dan dampak yang disebabkan oleh penggunaan media sosial.