

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengalaman Komunikasi Persuasif Pedagang Pasar Tradisional (Studi Fenomenologi Terhadap Pedagang Pasar Anyar Kota Tangerang)” yaitu :

1. Makna komunikasi persuasif bagi para pedagang Pasar Anyar Tangerang adalah penting, cara, membujuk, dan melayani. Definisi komunikasi persuasif adalah cara yang penting dalam aktivitas merubah dan mempengaruhi tindakan maupun pemikiran orang lain agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.
2. Tema-tema pengalaman komunikasi persuasive pedagang pasar tradisional dalam penelitian ini, yaitu : pelayanan yang baik, mengetahui kebutuhan pembeli, tidak memaksa, tidak membeda-bedakan pembeli, bersikap ramah, kenyamanan pembeli, menaikkan harga, dan memuji pembeli.
3. Motif menjadi dasar pedagang pasar dalam melakukan komunikasi persuasif terdiri dari dua, yaitu : menjadi pelanggan (*because of motif*) dan terjadinya pembelian (*in order to motif*).

5.2. Saran

Saran yang dapat penulis tuliskan dari hasil penelitian pada fenomena komunikasi persuasif pedagang pasar tradisional untuk pada pembaca yang memiliki ketertarikan dengan komunikasi persuasif, yaitu:

a. Saran Akademis

1. Para peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan mengenai komunikasi persuasif terlebih yang menyangkut mengenai interaksi antara pembeli-penjual diharapkan dapat mengkaji secara lebih dalam mengenai proses yang dilakukan oleh para sales atau pedagang

tersebut sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji pengalaman para pedagang melalui demografi dan psikografinya agar mendapatkan informasi secara lebih detail dan mendalam.

b. Saran Praktis

1. Disarankan kepada para pedagang agar dapat menyesuaikan strategi atau cara mempersuasi konsumennya dengan target yang dihadapi karena terkadang ada beberapa konsumen yang merasa tidak nyaman ketika melakukan komunikasi secara intens dalam proses jual beli tersebut. Selain itu, pedagang juga dapat menyiapkan diri sebelum proses persuasif terjadi dengan memahami produk yang dijual karena tidak semua pengunjung pasar tradisional memiliki NFC rendah.
2. Disarankan kepada Pd Pasar Tradisional terlebih Pasar Anyar Tangerang untuk memperbaiki kondisi lingkungan meliputi persebaran pedagang kaki lima yang mengganggu pembeli dalam transaksi pembelian yang terjadi dan agar dapat bersaing dengan pasar-pasar modern lainnya.