

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Tani Ikan Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung adalah dengan menggunakan standar product, price, promotion, dan place sudah sesuai dengan prosedur yang ada.
2. Adapun kendala yang dihadapi Kelompok Tani Ikan Omah Iwak Desa Pandansari Ngunut Tulungagung dalam menerapkan Strategi Bauran Pemasaran adalah a) kendala internal meliputi; 1) keterbatasan kolam, 2) Modal terbatas dan anggota yang pasif. b) kendala eksternal meliputi; 1) penyakit pada ikan, 2) Feed Confersion Ratio atau randoman pakan ikan yang jelek. Sedangkan solusi yang dilakukan oleh Kelompok Tani Ikan Omah Iwak dalam mengatasi kendala yang dihadapi adalah a) solusi internal, meliputi; 1) meminjam kolam dengan sistem bagi hasil, 2) meminjam modal ke antar anggota atau perbankan dan sering melakukan perkumpulan guna terjalin komunikasi yang baik agar anggota menjadi aktif. b) solusi eksternal, meliputi; 1) pemberian obat pada ikan yang terkena penyakit dan vitamin C, 2) pembelian pakan berkala dan juga rotasi pakan
3. Penerapan strategi bauran pemasaran budidaya ikan lele dalam meningkatkan pendapatan sektor perikanan Kelompok Tani Ikan Omah Iwak Desa Pandansari

Ngunut Tulungagung di tinjau dalam ekonomi Islam telah mampu menerapkan prinsip – prinsip ekonomi Islam dalam usaha budidayanya dan mampu memberikan dampak terhadap perekonomian anggota kelompok dengan tidak merugikan pihak lain.

B. SARAN

1. Kelompok Tani Ikan Omah Iwak diharapkan tetap menerapkan strategi bauran pemasaran dan lebih mengembangkan lagi strategi bauran pemasaran agar bisa memaksimalkan potensi pemasaran yang ada dan diharapkan tetap mempertahankan nilai – nilai ekonomi Islam dalam pengembangan produknya sekaligus diharapkan mampu mengembangkan lebih jauh potensi yang ada di Kelompok Tani Ikan Omah Iwak.
2. Dinas Perikanan dan Penyuluh Perikanan Lapangan diharapkan bisa mendampingi dan membina secara serius dan maksimal mengenai strategi bauran pemasaran oleh kelompok petani ikan.
3. Seluruh masyarakat atau konsumen dalam memilih mengkonsumsi ikan diharapkan agar tetap melihat kualitas ikan yang baik dan segar serta jangan tergiur dengan harga yang murah karena peneliti mengetahui persis proses budidaya ikan yang baik dan benar, sedangkan bagi kaum muslim dalam memilih produk perikanan diharapkan tidak hanya memilih produk yang halal tetapi juga ada unsur ketoyiban.
4. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa menjadikan penelitian ini sebagai referensi tambahan dan bisa mengembangkan lagi penelitian ini.

