

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Penjualan “Danau Fish” Kediri.

Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan benih ikan “Danau Fish” dengan menggunakan strategi *marketing mix*, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi/penyaluran. Strategi tersebut saling berkaitan dan mendukung perkembangan bisnis pembibitan sampai saat ini. Strategi produk yaitu: (a) Penjagaan mutu atau kualitas benih, (b) Beragam produk benih. Strategi harga yaitu: (a) Pematokan harga yang disesuaikan pasar dan biaya produksi, (b) Pemberian diskon. Strategi promosi yaitu: (a) Mediasosial, (b) Banner, (c) Mulut lewat mulut, (d) Memberikan kartu nama. Strategi saluran distribusi yaitu, (a) Kecepatan serta ketepatan pengiriman barang sampai ke konsumen.

2. Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen “Danau Fish” Kediri.

Dalam meningkatkan loyalitas dari konsumen “Danau Fish”selalu memenuhi faktor-faktor seperti kepuasan konsumen, kepercayaan, ikatan emosional, kemudahan bertransaksi serta pengalaman positif dari konsumen. Adapun strategi yang diterapkan Danau Fish: Strategi kepuasan yaitu: (a) Pelayanan prima, (b) Penerapan 6S (Senyum, salam,

sapa, sopan, santun serta siaga). Strategi kepercayaan yaitu; (a) Menjaga kepercayaan konsumen, (b) Amanah, (c) Penerapan kejujuran. Strategi ikatan emosional yaitu; (a) Menjalin hubungan diluar bisnis. Strategi kemudahan bertransaksi yaitu; (a) Pembayaran melalui online, (b) Pembayaran saat panen atau saat benih datang. Strategi pengalaman konsumen yaitu; (a) Kecepatan menanggapi komplain, (b) Menanggapi komplain dengan setulus hati.

3. Kendala yang dihadapi Pembibitan Ikan Air Tawar “Danau Fish” Kediri.

Dalam mengembangkan suatu usaha tidaklah mudah, beberapa kendala sering dihadapi, tidak terkecuali pada “Danau Fish”. Kendala yang dihadapi “Danau Fish” dalam meningkatkan penjualan seperti, produk, harga, promosi, serta saluran distribusi sering terjadi.

Adapun kendala tersebut sebagai berikut:

a) Kendala Internal

Adapun kendala dalam meningkatkan penjualan “Danau Fish” yaitu; Produk yaitu; (1) Kurangnya indukan produktif. Kendala harga yaitu; (1) Biaya pakan yang mahal berpengaruh pada benih mengalami kenaikan. Kendala strategi saluran distribusi; (1) Kurangnya kolam penetasan, (2) Tidak mempunyai reseller, (3) Kurangnya armada pengiriman.

Adapun kendala dalam meningkatkan loyalitas konsumen “Danau Fish” yaitu; Kemudahan bertransaksi; (1) Seringkali

disalahgunakan. Pengalaman dengan perusahaan; (1) Pernah membuat kecewa konsumen.

b) Kendala Eksternal

Adapun kendala dalam meningkatkan penjualan “Danau Fish” yaitu; Produk; (1) Vitamin dan pakan mahal, (2) Cuaca ekstrim. Harga; (1) Harga menurut konsumen terlalu mahal. Saluran distribusi; (1) Kemacetan saat pengiriman.

Adapun kendala dalam meningkatkan loyalitas konsumen “Danau Fish” yaitu, Kepuasan; (1) Munculnya pesaing dengan penerapan pelayanan yang sama. Kemudahan; (1) Munculnya pesaing dengan sistem yang sama. Pengalaman konsumen; (1) Pengalaman konsumen dengan pembibitan lain.

4. Solusi yang dilakukan “Danau Fish” dalam menghadapi Kendala Pemasaran.

Setiap kendala yang muncul dalam pendirian bisnis mau tidak mau pengusaha dituntut untuk meminimalisir kendala tersebut atau dengan kata lain mencari solusi yang terbaik. Pembibitan ikan air tawar “Danau Fish” memberikan beberapa solusi yaitu:

a) Solusi dalam menghadapi kendala internal

Adapun solusi dalam menghadapi kendala internal dalam meningkatkan penjualan; Produk; (1) Mencoba membuat indukan yang produktif. Harga; (1) Pembuatan pakan sendiri, (2) Pemberian kotoran burung puyuh. Saluran distribusi; (1) Penambahan kolam

penetasan, (2) Membuat reseller, (3) Penambahan armada pengiriman.

Adapun solusi dalam kendala internal dalam meningkatkan loyalitas konsumen; Kemudahan; (1) Memilah-milah konsumen dengan ketentuan tertentu. Pengalaman konsumen; (1) Tetap membangun tali silaturahmi.

b) Solusi dalam menghadapi kendala eksternal.

Adapun solusi dalam menghadapi kendala eksternal dalam meningkatkan penjualan; Produk; (1) Pemberian kepiting sawah sebagai pengganti vitamin, (2) Pemberian sayur-sayuran pengganti pakan, (3) Penggantian pembibitan selain lele saat cuaca ekstrim. Harga; (1) Pemberian keterangan pada konsumen asal usul harga jual dan biaya produksi. Saluran distribusi; (1) Pengiriman pada malam hari.

Adapun solusi dalam menghadapi kendala eksternal dalam meningkatkan loyalitas konsumen; Kepuasan (1) Peningkatan pelayanan yang baik. Kemudahan; (1) Peningkatan pelayanan kemudahan. Pengalaman konsumen; (1) Pemberian sosialisasi bahwa kualitas lebih baik dari pada merk.

B. Saran

1. Bagi Pengusaha “Danau Fish”

- a. Pengusaha hendaknya memperluas bisnis pembibitan ikan air tawar dengan menambah kolam karena mengingat banyaknya permintaan konsumen yang datang dari luar kota .
- b. Membuat inovasi pakan sendiri mengingat mahalnya pakan yang dibeli untuk menghasilkan benih yang berkualitas, selain itu penambahan indukan yang baik akan menjadikan investasi jangka panjang yang baik dan produktif.
- c. Pengusaha hendaknya membuat pembukuan baik untuk pengeluaran produksi ataupun hasil penjualan, sehingga pengusaha dapat menganalisis usahanya dapat terus berkembang atau tidak.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan penelitian dan pengetahuan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen di bidang pembibitan ikan air tawar, serta menambah wawasan tentang cara dan metode pembibitan ikan air tawar serupa. Diharapkan pula para peneliti berikutnya untuk melebarkan penelitian kepada hal-hal yang berkaitan dengan judul, sehingga semakin luas pengetahuan yang didapat dalam khasanah keilmuan.