

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai strategi pemasaran pada Usaha Jamur Mantan ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Jamur Mantan adalah dengan melakukan *segmentasi* dan *targeting*. Usaha jamur mantan memperluas pemasarannya hingga ke luar negeri dan jug memasarkan produknya di seluruh Indonesia. Target pemasaran usaha jamur mantan sendiri yaitu anak-anak muda. Usaha jamur mantan yang memiliki keunikan pada kemasan dan juga penamaan pada varian rasanya membuat konsumen sangat tertarik dan juga menjadi ciri khas dari produk jamur mntan. Hal ini usaha jamur mantan sudah menunjukkan penerapan strategi pad hal *positioning*. Serta jamur mantan menerpkan bauran pemasaran berupa 4P (*product, price, place, promotion*).
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran usaha jamur mantan dapat dilihat dari beberapa sisi. Pada sisi produk jamur mantan memiliki hambatan berupa jika ada kesalahan dan konsumen tidak menyukai produknya maka usaha jamur mantan mendukungnya dengan memberikan bonus. Dalam hal harga jika harga yang ditentukan terlalu tinggi maka usaha jamur mantan memberikan bonus dan menurunkan harga.

Dalam hal tempat jamur matan memiliki hambatan masyarakat yang kurang tau tempat produksi jamur mantan maka usaha jamur mantan memperluas penjualan secara online maupun offline. Dari segi promosi hambatan yang dialami usaha jamur mantan yaitu ketika broadcast tidak sampai kepada konsumen maka usaha jamur mengatasinya dengan mengadakan evaluasi dan pembinaan atas problem yang terjadi. Selain itu juga tetap menjalankan promosi melalui media sosial yaitu tiktok, instagram, whatsapp, faacebook agar pemasaran produk semakin luas.

3. Dalam memasarkan produknya usaha jamur mantan tidak asal memasarkannya begitu saja. Usaha jamur mantan sebelum memasarkan produknya tentunya melihat beberapa point seperti halnya produk yang dihasilkan harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan Islam yaitu tidak mengandung hal haram. Hal ini sudah terbukti dengan adalah label halal dari MUI. Selain itu usaha jamur mantan dalam penentuan harganya disesuaikan dengan kualitas produk yang nantinya tidak akan merugikan para konsumen. Dalam mendistribusikan produknya jamur mantan juga melihat tempat-tempat yang sekiranya produnya sangat diterima oleh konsumen di tempat tersebut. Dalam hal promosi jamur mantan menggunakan cara yang fair, tidak menjatuhkan produk lain yang nantinya akan berujung pada merugikan pengusaha lain. Karena hal ini sangat dilarang dalam Islam. Tentunya penerapan strategi usaha jamur mantan yang telah dijelaskan diatas termasuk dari penerapan strategi pemasaran Islam yang telah diajarkan oleh Nabi Muhamma SAW. Dimana penjelasan

strategi tersebut bisa ditulis secara ringkas yaitu shidiq, amanah, fathonah, dan tabligh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait.

1. Bagi Pemilik Usaha Jamur Mantan

Pemilik toko hendaknya terus mempertahankan strategi pemasaran yang telah dilakukannya terutama untuk strategi pemasaran yang berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Pemilik usaha juga harus terus kreatif dalam menciptakan produk agar produk yang dijual bisa bersaing dengan usaha lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian dengan mengembangkan lagi penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti. Peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan variabel yang berbeda yang dapat memberikan perbedaan dan lebih meningkatkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran.