

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat di ambil kesimpulannya bahwa strategi pemasaran distributor ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis di tinjau dari etika bisnis islam, adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan pemasaran distributor ikan konsumsi di TPI Prigi dalam menghadapi persaingan bisnis yang terjadi yang dilakukan oleh para pelau distributor ikan konsumsi yang bertujuan agar usahanya mampu bertahan dan berjalan sesuai dengan keinginan pelaku usaha. Distributor ikan konsumsi menggunakan system perencanaan pemasaran dengan tepat sasaran dan juga akan mendapatkan hasil yang lebih maksimal, keuntungan yang di dapat nantinya akan lebih maksimal, efektif, serta efisien.
2. Setiap para pelaku usaha distributor ikan konsumsi ini juga dan pastinya sangat diperlukan tentang cara bagaimana startegi pemasaran dan upaya agar penjualan ikan konsumsi ini mencapai dalamtujuan, mnarik minat konsumen, berjalannya waktu persaingan yang semakin lama semakin kuat para distributor ikan sudah siap mengambil peluang pasar beberapa

pelanggan saya terkadang juga memilih jenis ikan yang berbeda karena sesuai dengan keinginan para konsumennya.

3. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha distributor ikan di TPI Prigi Watulimo Kabupaten Trenggalek ini sesuai dengan etika bisnis islam dan prinsip-prinsipnya terhadap para konsumen dengan prinsip bahwa pembeli adalah raja dan selalu mengedepankan kualitas produk. Pemasaran yang ada di TPI Prigi Watulimo Trenggalek ini para distributor ikan tidak menyalahai aturan etika bisnis islam. Karena pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha distributor ikan tidak memberikan informasi yang tidak jelas ataupun mengandung unsur penipuan kepada para konsumen yang sudah lama di percaya.

B. Saran

1. Diharapkan kepada para pengusaha distributor ikan konsumsi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan kuantitas barang yang diperjual belikan agar selalu terjaga akan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terjaga sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang bergerak dalam perdagangan ikan di wilayah Trenggalek dan sekitarnya.
2. Meningkatkan promosi kepada masyarakat untuk senang mengonsumsi ikan sebagai makanan yang kaya akan gizi dan protein sehingga dapat

meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan meningkatkan penjualan berbagai jenis ikan laut.