

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dan pembahasannya maka dapat disimpulkan bahwa hasil-hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi bisnis online dalam pemasaran ikan hias pada masyarakat desa

Wonorejo menggunakan bauran 4p yaitu:

- a. Produk yang digunakan dalam pemasaran ialah ikan hias yang bermacam-macam jenisnya, mulai dari koi, koki, cupang, marbel, guppy, lohan, snow white, komet dan masih banyak lagi jenisnya. Untuk Produk ikan hiasnya selalu menjaga kualitas yang ditawarkan ke konsumennya.
- b. Promosi yang dilakukan oleh masyarakat Wonorejo ialah dengan media online seperti facebook, instagram, youtube, tiktok dan whatsapp. Adanya media online untuk pemasaran itu sangat mempermudah bagi suplier untuk memasarkan ikannya karena sangat cepat di ketahui oleh para penghobi ikan hias lainnya.
- c. Harga yang di tawarkan itu relatif bermacam-macam, biasanya kalo ikan kecil seperti marbel, cupang, komet dan ikan kecil lainnya itu para suplier mengambil untung kisaran 500-1500. Untuk ikan koi dan koki itu suplier bisa mengambil untung kisaran 50% hingga 300% bahkan ada juga yang mencapai harga fantastis tak terhingga untungnya.
- d. Distribusi atau tempat pemasarannya itu seluruh Indonesia. Karena

sekarang sangat mudah untuk pengiriman ikan hiasnya. Banyak jasa atau kurir yang siap membantu pengiriman ikan hias nya. Tempat atau daerah yang sering di tuju para penghobi ikan hias itu biasanya Bali, Jayapura, Banyuwangi, Malang, Blitar, Kediri, Semarang, Cikampek, Bogor, Jakarta, dll.

2. Kendala dan Solusi bisnis online dalam pemasaran ikan hias pada masyarakat desa Wonorejo ini ialah :

a. Kendala yang sering terjadi adalah:

- Pergantian musim yang menyebabkan ikan tidak kuat karena suhu berubah-ubah
- Terjadi kebocoran gas dan kematian ikan hias di jalan.
- Banyaknya kasus penipuan online yang menyebabkan kurangnya kepercayaan pembeli untuk transaksi.
- Jarak tempuh yang menyebabkan ikan kehabisan gas di kantong dan jadi mati
- Adanya kasus ikan di kirim tapi tidak sampai di pelanggan karena ada oknum yang tidak bertanggungjawab saat pengiriman.

b. Solusi saat terjadi nya kendala tersebut.

- Menambahkan air di kolam agar suhu stabil dan memberi makan sehari sekali saja.
- Ketika terjadi kebocoran gas dan ikan mati akan diganti sama supliernya.
- Sebelum melakukan transaksi harus vidio call untuk memastikan

kejujuran suplier dan menganalisa akaun nya. Kalo akun yang amanah akan banyak upload ikan di beranda nya beserta bukti-buktinya

- Ketika perjalanan jauh usahakan ikan yang dikantong plastik lebih sedikit agar ikan lebih bebas menghirup oksigen di kantong.
- Utamakan jasa atau kurir yang terpercaya dan lebih sering digunakan untuk pengiriman ikan hiasnya.

3. Implementasi strategi bisnis online dalam pemasaran ikan hias pada masyarakat desa Wonorejo ini tidak ada unsur penipuan, memainkan harga dan pemerasan. Mereka mengutamakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Menjaga kualitas produk ikan hiasnya agar pelanggan tidak merasa kecewa dan bisa terjalin hubungan baik kedepan sebagai mitra ikan hias. Dalam hal pemasaran sudah mencerminkan sistem perdagangan yang telah Rasulullah SAW contohkan serta tidak bertentangan dengan syariat Islam. Maka masyarakat Wonorejo ini sudah menerapkan implementasi strategi bisnis online dalam pemasaran ikan hias Perspektif Ekonomi Islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Akadenik

Diharapkan kedepannya penelitian ini bermanfaat bagi para pengembang ilmu lainya serta memperkaya perbendaharaan kepustakaan UIN

Tolongagung khususnya mengenai strategi bauran pemasaran 4p (*product, promotion, price, place*) untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan pertimbangan serta referensi untuk memperbaiki dalam memaksimalkan jumlah dan cara bersaing dalam bisnis online ikan hias.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk dijadikan sebagai bahan rujukan maupun kajian lanjutan yang berhubungan dengan strategi bauran pemasaran 4p dalam meningkatkan dan menyempurnakan hasil penelitian yang sudah peneliti tulis.