

BAB VI PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dari hasil penelitian terhadap strategi pengembangan budidaya ikan koi guna meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan budidaya ikan koi guna meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Wonorejo adalah menggunakan 1) mengembangkan strategi produk yang berupa strategi kualitas produk dan gaya dan desain produk yang meliputi memperhatikan kualitas produk, maksudnya kualitas produk yang baik akan mempengaruhi para konsumen serta pemberian nama pada perusahaan adalah salah satu cara yang positive untuk memasarkan sebuah produk. 2) strategi penetapan harga yakni penetapan harga disini bukan dilihat dari jenisnya, tetapi dilihat dari ukurannya per ekor. Walaupun terkadang harga produk juga berubah-ubah, selama pembudidaya ini didirikan tidak pernah ada komplain terkait dengan harga yang ditetapkan. 3) strategi promosi yang menggunakan teknik tidak langsung maksudnya selain mengandalkan mulut ke mulut yang menghubungkan ke relasi juga menggunakan media sosial sebagai alat bantu. 4) Strategi pemasaran, yakni kualitas produk yang baik ditekankan oleh pemilik budidaya ikan koi bersama para karyawannya

untuk menghadapi para pesaing yang ada serta keberhasilan peembudidaya bersama anggotanya dalam menerapkan strategi pengembangan adalah mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen dari segala aspek. Semakin konsumen puas, berarti strategi yang dijalankan perusahaan sudah cukup berhasil.

2. Upaya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, pembudidaya ikan hias koi bersama koleganya selalu mengembangkan produknya dalam hal strategi yang pastinya memiliki dampak positif maupun negatifnya. adapun dalam budidaya ikan koi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat cukup baik, meskipun selalu ada waktu ramai kapan dan ada waktu sepi nya penjualan, karena didaerah tersebut sudah terkenal dengan budidaya ikan koinya, jadi meskipun dalam keadaan sepi tetap ada pembeli yang tertarik untuk membeli koi dari pembudidaya tersebut. Adapun dampak lain dari pengembangan strategi pengembangan budidaya ikan koi ini tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat akan tetapi adanya hubungan atau interaksi sosial masyarakat terjadi, yang meliputi pembudidaya ikan, konsumen koi, penyedia benih, pakan, penyedia sarana prasarana dan adanya transfer ilmu antara pembudidaya dan petugas penyuluh perikanan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang ada, maka saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan kedepannya dapat menjadi bahan referensi dan menambah wawasan keilmuan yang ada di IAIN Tulungagung, untuk itu perlu adanya penguatan teori terkait dengan topic yang ada dalam penelitian ini. Pihak kampus sebaiknya lebih banyak menyediakan referensi berupa buku tentang strategi pemasaran atau strategi pengembangan produk dan juga peningkatan perekonomian masyarakat. Dengan demikian diharapkan dapat mendukung dilaksanakannya penelitian yang sejenis untuk kedepannya.

2. Bagi Institut Terkait

Bagi pembudidaya ikan hias khususnya pada koi agar lebih meningkatkan strategi promosi dan strategi pemasaran dengan melakukan promosi menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram, Telegram dan membuat video dan diupload di youtube dll. agar ikan koi yang dihasilkan lebih dikenal lagi oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat luar kota.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel yang terkait dalam penelitian ini tentang strategi pengembangan produk guna meningkatkan perekonomian masyarakat, sehingga aspek kecakapan

berbahasa yang belum terfasilitasi pengukurannya dapat diteliti agar dapat lebih baik dan lebih bermanfaat lagi.