

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan yang sudah di jelaskan di bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara keseluruhan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Wong Koi Farm Tulungagung sudah cukup baik yang dianalisis melalui strategi marketing mix 9p yakni produk yang berkualitas dan beraneka ragam dengan harga yang sesuai dengan kualitas dan bisa bersaing dengan pesaing lain, promosi yang dilakukan juga cukup baik yakni melalui facebook, instagram, grub whatsapp, grub telegram, dan juga dari mulut ke mulut Namun menurut peneliti hal ini masih perlu untuk dikembangkan lagi, berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, promosi yang dilakukan Wong Koi Farm ini cenderung ke semi privat, karena konsumen harus mengenal terlebih dahulu mas Fauzi selaku pemilik atau sosial mediana Wong Koi Farm Tulungagung.

Maka untuk memperluas target market guna meningkatkan volume penjualan, diharapkan kedepannya Wong Koi Farm Tulungagung membuat website atau toko online khusus untuk berjualan ikan koi. Salah satu caranya bisa melalui website go store.

Tempat pembudidayaan ( kolam dan akuarium) yang terawat akan kebersihan juga menjadi nilai tambah untuk kualitas ikan, memiliki karyawan yang produktif dan terampil, memiliki bukti fisik tempat pembudidayaan yang nyaman dengan berbagai pelayan prima yang diberikan, pembayaran yang aman dan dapat dipercaya, kemasan yang sesuai guna untuk menjaga kualitas ikan sampai ke konsumen dengan baik, dan proses pengiriman yang tergolong cepat yaitu 1x24jam.

2. Strategi pemasaran yang diterapkan Wong Koi Farm Tulungagung sudah sesuai dengan perspektif bisnis syariah, Wong Koi Farm Tulungagung selalu memegang teguh aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT seperti yang sudah tertulis dalam Al – Quran dan As-Sunnah. Tujuan tersebut untuk selalu mengingat Allah dalam menjalankan persaingan bisnis yang dihadapi tanpa menjatuhkan satu sama lainnya.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Bagi Wong Koi Farm Tulungagung,
  - a. Melihat dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Wong Koi Farm Tulungagung yang dianalisis melalui strategi marketing mix, diharapkan mampu meningkatkan dan terus berupaya menjaga

- kualitas dan pelayanan yang ada, serta mampu melakukan inovasi guna mengikuti perkembangan dan kondisi pasar.
- b. Dapat selalu bersaing dengan sehat tanpa menjatuhkan demi terciptanya lingkungan bisnis yang kompetitif secara islami.
  - c. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.
2. Bagi pihak akademik (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat memberi tambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung di bidang pemasaran atau marketing, khususnya tentang marketing mix.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi maupun penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pembahasan maupun objek penelitian yang berbeda untuk penelitian selanjutnya misalnya mengenai strategi marketing mix 12P (*Product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, payment, packaging, positioning, performance, purpose*). Sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan.