

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Ikan Koi Toko Ar Royah Persepektif Ekonomi Islam dapat diambil kesimpulan mengenai penerapan toko Ar Royah dalam menghadapi persaingan usahanya dan kendala-kendala yang ada di toko Ar Royah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko Ar Royah dalam mempertahankan persaingan usahanya meliputi menjaga kualitas baik penjagaan tubuh, fisik, makan dan warna kulit. Selanjutnya pelayanan dimana ini sangat penting dimana kepuasan konsumen tergantung pada pelayan yang di berikan setiap toko, selanjutnya harga dimana harga ini sangat berpengaruh dalam pemasaran karna pasaran ikan koi beda dengan penjualan pokok dan terakhir dalam promosi dimana di toko Ar Royah dalam mempromosikan usahanya beda dengan toko lainnya dimana toko Ar Royah mengadakan pengelompokan dimana terdiri dari 12 kolompok setiap kelompok ada 1 ketua yang mana nantinya mempermudah konsumen yang ada di luar kota Jember, toko Ar Royah juga promosi di media sosial seperti facebook dan whatsapp kebanyakan para pembeli sekitar Banyuwangi dan Blitar karena disana tempat biasanya dibuat untuk perkonteksan. Dan juga hal ini dibuktikan dengan wawancara pembeli yang meras puas setelah melakukan pembelian di toko Ar Royah karna kualitas dan haarga sangat memuaskan.
2. Kendala-kendala dalam menghadapi persaingan usaha ikan koi di toko Ar Royah dan solusinya meliputi masalah pengiriman dimana terkadang ada para konsumen yang

meminta untuk di kirim langsung ke rumahnya biasanya ini dari luar kota Jember karna tidak mungkin menggunakan JNT atau sejenisnya dalam pengiriman dikhawatirkan takut mati sebelum di tiba di alamat tuju jadi solusi dari toko Ar Royah menggunakan gojek atau karwayan yang siap untuk mengantar ikan koi yang telah di pesan oleh konsumen atau menggunakan pengelompokan yang sudah ditentukan oleh toko Ar Royah dimana pengelompokan ini untuk mempermudah konsumen yang ada diluar kota Jember biaya pengiriman di luar kota seperti Bondowoso dan Lumajang sekitar 20an menggunakan karwayan sendiri dan untuk sekitar Situbondo, Probolinggo dan Malang sekitar 50an, selanjutnya masalah kurangnya tempat buat bibit dan kurangnya kolam di toko Ar Royah. Banyak ikan koi di Toko Ar Royah membuat para karyawan dan pemilik toko Ar Royah kebingungan dalam mengatasinya solusi dari toko Ar Royah menyewa sawah tetangga tapi ini terkadang menyebabkan rugi pada toko Ar Royah karna sewa sawah tidaklah murah di kalangan para desa petani jadi keuntungan yang didapat oleh toko Ar Royah tidak sepadan tapi hanya itu itu solusi terbaik karna masih kurangnya tempat di toko Ar Royah.

B. Saran

1. Bagi toko Ar Royah Desa Dawuhan Mangli

Penerapan strategi pemasaran yang diterapkan toko Ar Royah sudah bagus sehingga banyak pesaing yang minder pada toko Ar Royah ada beberapa hal perlu

2. Bagi Pesaing

Sebaiknya para pesaing memperbaiki strategi pemasaran seperti yang dilakukan toko Ar Royah dimana dalam promosi toko Ar Royah yang mana sesuai dengan pengelompokan sesuai kota sehingga mampu menarik minat para konsumen. Dengan itu toko para pesaing mampu bertarung lebih unggul dalam menghadapi persaingan usaha.

