

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran di pasar Tompano menggunakan strategi pemasaran (*Marketing Mix*) diantaranya adalah strategi produk, harga, tempat dan promosi . Pada strategi produk pedagang menjaga dan mempertahankan kualitas barang dan menjual barang yang beragam, penjual selalu mempertahankan mutu barang sesuai dengan permintaan pasar sehingga barang yang ditawarkan tidak kalah menarik. Dari segi harga pedagang memberikan harga yang terjangkau, harga sesuai dengan kualitas barang, memberikan potongan harga dan diskon pada pembelian dalam jumlah banyak, penentuan harga yang ditentukan oleh pedagang tidak jauh berbeda dengan pedagang lainnya, yaitu sesuai dengan harga pasar dan kondisi pasar saat itu. Lokasi yang strategis berdekatan dengan jalan raya dan dekat laut, dekat dengan perumahan ,mudah dijangkau oleh kendaraan dan menjadi satu-satunya pasar yang ada di desa Tompano sehingga menjadi daya tarik tersendiri dan pasar ini menjadi pasar yang ramai dikunjungi. Dan promosi pedagang langsung menjajah dengan menawarkan produk kepada konsumen yang lewat didepan pedagang dan menjalin hubungan baik antara pedagang dengan pembeli
2. Strategi pemasaran yang diterapkan pedagang di pasar Tompano mempengaruhi pendapatan hal ini dapat dilihat dari pedagang dipasar

Tompano ini menerapkan strategi pemasaran yakni produk, harga, tempat dan promosi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga menarik minat beli konsumen maka keputusan pembelian akan meningkat. Hal ini dilihat juga dari tingkat pendapatan pedagang di pasar Tompano berdasarkan dari Analisa rasio R/C semua data memiliki besaran $R > C$ Rasio > 1 yang berarti usaha yang dijalankan mengalami keuntungan. Rasio (R/C) minimum 1,47 sedangkan maksimum adalah 2,16. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa usaha yang dijalankan 8 pedagang pasar Tompano mengalami keuntungan dengan menetapkan strategi pemasaran tersebut.

3. Ditinjau dari strategi pemasaran syariah atau berdasarkan ekonomi islam, strategi-strategi pemasaran yang digunakan ada beberapa yakni strategi produk, harga, tempat dan promosi sudah sesuai dengan syariat islam dan sudah sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah yaitu Ketuhanan (*teistis*), etis (*akhlaqqiyah*), realistis (*al-waqiyah*),

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti menyatakan hal-hal sebagai berikut agar menjadi pertimbangan yaitu:

1. Bagi Pemerintah

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari sebagai pusat kegiatan ekonomi. Peneliti menyarankan agar pasar tradisional di desa Tompano dibuka setiap hari untuk meningkatkan jumlah transaksi di pasar tersebut.

2. Bagi Pedagang

Untuk tetap mempertahankan tingkat kualitas dan penjualannya dengan baik lagi, selalu memberikan kepuasan kepada konsumennya, tetap menjalin hubungan yang baik dengan semua pihak dan tetap memperhatikan kaidah-kaidah islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya ketika melakukan penelitian dengan jenis penelitian yang sama agar memperhatikan pertanyaan wawancara yang akan diajukan kepada *informan*, sehingga tidak terulang kembali kesalahan yang terjadi kepada peneliti ketika proses wawancara

5.3. Limitasi Penulisan

Limitasi atau pembatasan pada penelitian ini terletak pada proses penelitian. Peneliti menyadari bahwa dalam suatu penelitian pasti terjadi banyak kendala atau hambatan yang dapat terjadi pada saat proses penelitian. Salah satu faktor yang menjadi kendala dan hambatan dalam penelitian ini adalah dari sesi wawancara, terkadang jawaban yang diberikan oleh *informan* tidak sesuai dengan pertanyaan yang diberikan peneliti, terkadang juga peneliti memberikan pertanyaan yang hampir sama tetapi memiliki makna yang berbeda. *Informan* menjawab dengan jawaban yang sama. Untuk menyelesaikan masalah ini, peneliti akhirnya mengulang kembali pertanyaan dan menjelaskan maksud dari pertanyaan peneliti tersebut. Selanjutnya susahny juga ada sebagian pedagang yang tidak mau diwawancara.