

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran produk kuliner usaha ajeng mart di tinjau dari perspektif ekonomi islam : studi pada desa poosu jaya kec. Konda, kab. Konawe selatan, setelah menganalisa data-data yang terkumpul melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dalam penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi yang di lakukan oleh wisata pemancingan dan kuliner ajeng mart memakai bauran pemasaran marketing mix 7p yang terdiri dari 7 elemen yaitu Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence yang berfungsi untuk menjalankan teknik pemasaran agar identitas Wisata Pemancingan dan Kuliner Ajeng Mart dapat di ketahui oleh banyak orang.
2. Saat menjalankan strategi pemasaran Wisata pemancingan dan kuliner Ajeng Mart menjalankan syariat Agama dan tentunya menanamkan unsur syariat Islam dalam menjalankan usahanya, di sini dapat dilihat bahwa wisata kuliner ini menerapkan karakteristik cara dagang Rasulullah saw yakni Shiddiq (Jujur/ Benar), Amanah (Dapat di percaya), Fatanah (Cerdas) dan Tabligh (Komunikatif).
3. Di saat memasarkan produknya baik secara online maupun secara offline, tentunya memiliki kendala. Kendala yang di hadapi berupa kendala dalam pemasaran secara langsung dan secara online. Kendala yang di hadapi secara langsung yaitu: banyaknya wisata kuliner lain yang hampir sama dengan wisata kuliner tersebut, harga yang ditawarkan

lebih murah. Sementara kendala yang di hadapi secara online dalam memasarkan produk yaitu: kendala jaringan, banyaknya persaingan di media sosial dan kurangnya followers dari akun media sosial Ajeng Mart.

5.2. Saran

Penelitian dilaksanakan setelah seminar proposal dan mendapatkan surat izin

1. Untuk usaha kuliner lebih tingkatkan lagi strategi pemasaran, upgrade terus strategi pemasarannya demi kepuasan konsumen, karna strategi sangatlah penting dalam pemasaran, jika tidak memiliki strategi maka usaha tidak akan berkembang, dengan adanya strategi pemasaran yang baik maka akan dengan mudah menarik minat konsumen, meningkatkan lagi cita rasa dalam prodaknya, lebih berinovasi lagi dalam menciptakan menu makanan dan tetap berikan kualitas yang terbaik bagi konsumen agar kedepannya konsumen percaya dengan produk produk berkualitas yang di berikan, tanggapi semua kekecewaan pelanggan agar pelanggan pelanggan selanjutnya tetap mau berbelanja di tempat tersebut, karna dengan kejujuran dari pihak pemilik usahalah yang dapat membuat konsumen memberikan kepercayaan kepada tempat tersebut, pembaiki kualitas pelayanan tetaplh bersikap ramah kepada setiap pembeli agar pembeli merasa nyaman selama berbelanja di tempat tersebut, jangan mengecewakan pelanggan dengan memeberikan pelayanan yang buruk.
2. Kepada peneliti selanjutnya agar bisa lebih memperluas lagi kajian kajian yang telah ada dan mempertimbangkan hal hal yang harus di pertimbangkan dalam melakukan proses penelitian tentang strategi pemasaran.

3. Kepada perusahaan dan para karyawan yang bekerja dalam suatu perusahaan ada baiknya mencontoh perilaku Rasulullah Saw dalam menjalankan usaha seperti jujur, amanah, sopan serta santun, ramah ke pembeli, saling menghargai baik kepada sesama pebisnis, sesama karyawan atau antara penjual dan pembeli dengan begitu konsumen akan merasa nyaman dengan pelayanan yang di berikan.

