BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol

   Produk yang dihasilkan/dijual dari desa Bendiljati Wetan ini adalah berbagai jenis ikan hiasdengan berbagai macam ukuran. Lokasi pengiriman didalam pulau misalnya seperti Magelang, Wonosobo, Banjarnegara, Cilacap dan luar pulau misalnya seperti Batam, Balikpapan, Samarinda, Manado, Jayapura, Banjarmasin, Palangkaraya, Bali. Penentuan harga jual supplier disini mengambil keuntungan 25%-100% dari harga beli dipetani ikan/pengepul.

   Strategi segmentasi yang dilakukan supplier-supplier disini adalah dengan mengenal dan memahami kultur masyarakat melalui survey ataupun dari teman yang sebelumnya memahami betul kondisi disana. Strategi targeting adalah dengan mencari pengepul/distributor yang ada diwilayah tersebut dan dibatasi hanya dua pengepul Strategi positioning ang dilakukan supplier-supplier disini adalah dengan menggunakan pemasaran yang bertanggungjawab.

2. Strategi pemasaran budidaya ikan hias di desa Bendiljati Wetan kecamatan Sumbergempol ditinjau dari etika bisnis Islam

   Langkah-langkah yang telah dilakukan oleh keempat supplier mulai dari strategi bauran pemasaran hingga strategi STP sejauh ini telah berjalan sesuai dengan etika bisnis Islam.

B. Saran

1. Bagi Supplier

   Bagi supplier ikan hias diharapkan, bisa memanfaatkan secara maksimal perkembangan tekonologi informasi untuk media pemsaran karena dengan hal tersebut akses menuju pasar baru akan terbuka sehingga bisa menambah konsumen atau bahkan pelanggan dan juga menambah pendapatan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian yang dilakukan peneliti tentang strategi pemasaran budidaya ikan hias ini merupakan sebagian kecil penelitian tentang strategi pemasaran. Dengan melihat hasil penelitian ini, maka akan lebih baik apabila dilakukan penelitian mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah pendapatan.