

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran usaha bibit cabai di Desa Mukuh dilakukan dengancara promosi dari mulut kemulut serta memanfaatkan media sosial *Whatsapp* meskipun tidak begituaktif dalam penggunaannya. lokasi usaha juga mudah di jangkau konsumen di kalangan petani di desa, strategi produksi yaitu bibit cabai yang dijualnya memiliki berbagai jenis cabai dari mulai cabai gandrung, cabai asmoro, cabai ori, dan cabai lestari, dalam satu kotak bibit cabai berisi 250 biji. Strategi harga yaitu untuk harga disini memberikan harga perkotak bibit cabai berisi 250 bibit dengan harga Rp. 37.500. Strategi distribusi yaitu dalam proses pengiriman bibit cabai selalu mengupayakan untuk cepat sampai dan barang yang dikirim dalam keadaan bagus serta aman. Usaha bibit cabai di Desa Mukuh juga memberikan kemudahan dalam hal pembayaran yakni bisa dilakukan secara *cash* maupun dicicil. Tidak ada perbedaan harga antara pembayaran yang *cash* maupun yang dicicil/diangsur.
2. Dalam tinjauan *syari'ah marketing* yang di dalamnya setidaknya mengandung beberapa karakter, seperti *Theistis* tentang nilai-nilai

religious, ada *Humanitis* terkait dengan sifat kemanusiaan. Dengan begitu konsep marketing yang baik bukan hanya untuk menunjang keberhasilan melainkan juga memiliki dasar untuk kemaslahatan manusia. Dari pemasaran yang dilakukan merupakan upaya untuk menarik minat konsumen yakni dengan memberi kemudahan dalam pembayaran bibit cabai terkhusus untuk masyarakat Desa Mukuh. Untuk implementasi penerapan Islami usaha bibit cabai Desa Mukuh telah melakukan tindakan mulia sebagai pelaku ekonomi. Sehingga hal tersebut dapat membuat usaha bibit cabai di Desa Mukuh dapat menjaga kualitas usahanya serta meningkatkan pendapatan yang diperolehnya, usahapun dapat *survive* hingga saat ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha bibit cabai di harapkan dapat melakukan strategi pemasaran sesuai dengan yang telah dilakukan dan menjaga hubungan baik antar konsumen, dengan begitu konsep marketing yang baik bukan hanya untuk menunjang keberhasilan melainkan juga memiliki dasar untuk kemaslahatan manusia. Supaya strategi pemasaran yang sudah diterapkan bertahun-tahun bisa terus berjalan dengan lebih baik. Dan dapat mengoptimalkan lagi dalam penggunaan media sosial.

2. Bagi pembeli atau konsumen bibit cabai diharapkan agar lebih memperhatikan kesepakatan dalam proses bertransaksi agar semua bisa lancar.