

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran buah jeruk lokal yang dilakukan oleh pedagang buah jeruk dalam konteks :

a. Produk

- Pedagang buah jeruk lokal di pasar legi Kota Blitar ada yang memperhatikan produk yang dijual dan ada yang tidak begitu memperhatikan produk yang dijual.
- Pedagang buah jeruk lokal di pasar pon Kota Blitar memperhatikan kualitas dagangan yang dipasarkan.
- Pedagang buah jeruk lokal di pasar templek Kota Blitar dalam memasarkan dagangannya memperhatikan kualitas dagangannya.

b. Harga

- Kebijakan harga yang diterapkan oleh para pedagang buah jeruk lokal di tiga pasar Kota Blitar cenderung sama yakni berdasarkan masa panen buah jeruk itu

sendiri. Harga yang ditawarkanpun ekonomis dan bisa dijangkau oleh setiap segmen masyarakat.

c. Promosi

- Begitu juga promosi yang dilakukan oleh para pedagang buah jeruk lokal yang berada di tiga pasar di Kota Blitar adalah promosi secara langsung dengan konsumen.

d. Distribusi atau lokasi

- Saluran distribusi yang digunakan para pedagang buah jeruk lokal yang berada di tiga pasar Kota Blitar adalah menggunakan satu jalur angkutan darat. Para pedagang sudah terbiasa melakukan pemesanan buah jeruk hanya melalui telepon kemudian pesanan jeruk akan dikirimkan oleh pemasok sesuai permintaan.

2. Strategi pemasaran buah jeruk lokal yang dilakukan pedagang buah jeruk dalam perspektif etika bisnis Islam dilakukan dengan cara :

a. Produk

- Pedagang buah jeruk lokal di pasar legi Kota Blitar menekankan pada sifat jujur. Jujur dalam kualitas produk dan jujur dalam timbangan.

- Pedagang buah jeruk lokal di pasar pon Kota Blitar juga bersifat jujur, hal ini dikarenakan konsumen yang turun tangan sendiri memilih barang dagangan yang akan di beli. Jujur dalam kualitas produk dan jujur dalam hal timbangan.
- Pedagang buah jeruk lokal di pasar templek Kota Blitar belum jujur sepenuhnya, terkadang ada timbangan yang dikurangi, masih kedapatan buah jeruk yang besem atau rasa buah yang asem. Hal ini dilakukan pada beberapa konsumen jauh atau konsumen yang *drivethru*.

b. Harga

- Harga yang ditawarkan oleh para pedagang buah jeruk lokal yang berada di tiga pasar Kota Blitar bervariasi, tergantung kualitas produk dan letak distribusi. Sehingga masih bisa dicapai oleh kalangan masyarakat keseluruhan.

c. Promosi

- Promosi yang dilakukan oleh pedagang buah jeruk lokal di pasar legi Kota Blitar adalah promosi yang menawarkan barang dagangan sesuai dengan keadaan barang.
- Begitu juga yang dilakukan oleh pedagang buah di pasar pon Kota Blitar, mempromosikan barang dagangannya

dengan jujur sesuai dengan barang yang ada, tidak melebih-lebihkan dan tidak ada sumpah.

- Berbeda dengan pedagang yang ada di dua pasar sebelumnya, pedagang buah jeruk lokal di pasar templek Kota Blitar belum melakukan promosi yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Para pedagang ini masih mempromosikan barang dagannya dengan melebih-lebihkan kualitas barang kepada konsumen.

d. Distribusi

- Dengan letak pasar yang berada di tengah kota akan memudahkan konsumen untuk memenuhi keinginan akan mengkonsumsi buah jeruk lokal. Ketersediaan buah jeruk lokal yang selalu ada di lapak para pedagang juga tidak akan mengecewakan konsumen.

Walaupun banyak kekurangan baik produk, harga, promosi, dan distribusi, tetapi beberapa pedagang buah jeruk lokal yang berada di tiga pasar besar di Kota Blitar sudah sesuai dengan prinsip Etika Bisnis Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diberikan saran dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagi petani yang berusaha di bidang pemasaran buah jeruk lokal mengutamakan tindakan pasca panen seperti penjagaan kualitas dan kuantitas jeruk seperti penyimpanan, pengepakan, pelabelan, dan pendistribusian sehingga mutu dan ketersediaan buah jeruk lokal terjamin. Kemudian melakukan pemasaran yang tepat agar tidak kalah saing dengan buah jeruk impor. Bagi pemerintah, hendaknya mendorong lembaga riset pertanian dalam menghasilkan produk buah jeruk lokal yang berdaya saing, serta mengendalikan volume jenis buah yang di impor melalui peraturan dan kebijakan, dan melakukan sosialisasi tentang keunggulan buah lokal.
2. Dukungan kebijakan pemerintah sangat diperlukan dalam memberikan iklim yang lebih kondusif untuk pengembangan agribisnis jeruk di Indonesia yang harus terintegrasi baik dengan pemerintah daerah maupun antar kementerian terkait diantaranya kementerian perdagangan, perhubungan, dan lainnya. Kebijakan pemerintah daerah mengharuskan pasar-pasar swalayan untuk memberikan kesempatan yang sama dengan buah impor mendisplay tanpa diskriminasi buah jeruk lokal, dan kebijakan dalam tarif transportasi yang dinilai masih mahal.
3. Sebaiknya petani jeruk perlu menetapkan standar dalam kualitas jeruk menjaga kontinuitas produksi dengan cara

melakukan perencanaan secara terperinci terkait kegiatan usaha tani seperti kapan jadwal tanam, pemberian pupuk, pengendalian hama penyakit tanaman, penyiraman, panen sehingga perusahaan memiliki rekam data pertumbuhan perkembangan produksi.

4. Penelitian ini tentu saja jauh dari kata sempurna dan selesai, diperlukan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif menyangkut jeruk lokal dan upaya menjaga kualitas. Tidak hanya pasca panen ketika sampai di penjual, yang lebih penting dengan melakukan uji penelitian terhadap standar kualitas penanaman jeruk sehingga diperoleh gambaran yang lengkap dan komprehensif.