

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian di Rumah Makan Wisata Edukasi Kampung Lele yang sudah dilakukan bahwa bisa ditarik kesimpulan:

1. Strategi bauran pemasaran Rumah Makan Wisata Edukasi Kampung Lele dalam meningkatkan minat Konsumen adalah bahwa menerapkan bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi

Untuk strategi produk dilakukan inovasi produk sehingga berjumlah 18 item varian menu yang ditawarkan. Untuk kualitas produk dijaga dengan memasukkannya ke freezer sehingga tetap tahan lama selain itu, bahan baku yang digunakan digunakan saat itu juga. Pada masa pandemi Covid-19 mengeluarkan produk baru mangut lele dan paket PPKM (Lele Bakar Dan Lele Terbang) setengah harga.

Untuk penetapan harga didasarkan pada produksi dan hasil yang dilakukan sehingga terjangkau harga yang murah bagi semua kalangan, tidak mematok harga terlalu mahal walaupun di masa pandemi Covid-19 sehingga memberikan diskon yaitu pada paket PPKM (Lele Bakar dan Lele Terbang). Selain itu, untuk pembelian barang banyak akan mendapat diskon.

Untuk penempatan tempat cukup strategis yang mana dekat dengan jalan raya, selain itu ada fasilitas yang disiapkan mulai dari wahana bermain, tempat beribadah, tempat edukasi dan tempat lesehan.

Untuk pelayanan yang ditetapkan sudah cukup baik. Pada masa pandemi ini fasilitas tambahan yang ada mulai dari tempat cuci tangan, alat pendeteksi tubuh dan penambahan musala menjadi 2

Untuk promosi yang dilakukan menggunakan media offline (melalui mulut ke mulut, banner, brosur, melalui sosialisasi sekolah, melalui karnaval dan melalui pasar tradisional langsung) dan online (melalui media sosial diantaranya IG, Go-Jek dan WA). Pada masa pandemi memanfaatkan medsos dan Go-Jek selain itu melalui mulut ke mulut.

2. Strategi bauran pemasaran Rumah Makan Wisata Edukasi Kampung Lele dalam meningkatkan minat Konsumen Ditinjau dari Marketing Syariah

Dalam tinjauan marketing syariah bahwa Rumah Makan Wisata Edukasi Kampung Lele sudah menerapkan karakteristik Marketing Syariah yang terdiri dari Teistis, Etis, Realistis, Humanitis.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan beberapa saran sebagai masukan kedepannya, sebagai berikut:

1. Rumah Makan Wisata Edukasi Kampung Lele tetap menjaga strategi bauran pemasaran yang diterapkan supaya dapat menarik lebih banyak konsumen yang berkunjung.

2. Bagi peneliti selanjutnya semoga lebih dalam lagi melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran dan marketing syariah. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi bauran pemasaran 4P dan marketing syariah sehingga perlu diadakan pengembangan penelitian yang lebih mendalam lagi.