

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pembahasan bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi bauran pemasaran pedagang di pasar grosir sayur buah kota kediri adalah produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat dilihat langsung di Kios, sehingga memudahkan konsumen untuk memilih produk. Harga yang ditetapkan oleh pedagang mengikuti penawaran dan permintaan yang ada di pasar. Promosi yang diterapkan dari mulut ke mulut (*word of mouth*), penjualan pribadi (*personal selling*), media sosial (*grub facebook*), dan tempat yang sangat strategis dan memudahkan pedagang dan konsumen untuk melakukan transaksi.
2. Strategi bauran pemasaran pedagang di pasar grosir buah dan sayur kota kediri dalam prespektif *Syariah marketing* adalah secara keseluruhan pemasaran yang dilakukan pedagang pasar grosir buah dan sayur kota kediri masih ada pedagang kurang bersikap tidak adil, tidak bisa berkata jujur, tidak berperilaku baik/simpatik, dan ada yang curang. Pedagang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai *Syariah*. etika, nilai dan karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha muslim.

## **B. Saran**

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pedagang di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri, adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pedagang lebih menjaga kualitas produknya, dan memperbaiki kondisi di lapangan untuk penataan parkir motor, kondisi kios, dan memperlengkap lagi fasilitas yang ada di pasar grosir mengingat pasar grosir tersebut pasar tradisional besar yang ada di kota Kediri dan jumlah antara pembeli dan pedagangnya dari hari ke hari pasang surut.
2. Sebaiknya dalam melayani pembeli harus ramah, rendah hati, adil dan pedagang harus memperbaiki mulai dari etika dan nilai-nilai *Syariah marketing*.