

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka simpulan dari penelitian ini adalah:

1. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemilik warung tradisional adalah : memperhatikan permintaan konsumen terhadap barang, menata susunan barang, memberikan pelayanan yang ramah, menambah beberapa perlengkapan warung, seperti lemari pendingin dan etalase serta memperluas ruangan dengan merenovasi warung secara bertahap. Warung tradisional memiliki strategi pemasaran Islami seperti tanggung jawab, murah hati dan empati yang dijalankan dengan wajar dan rasional sehingga terwujud pemberdayaan ekonomi umat. Dilihat dari hasil analisis swot dalam hal ini warung tradisional dapat mengambil strategi-strategi dalam melakukan kegiatannya antara lain: Memperluas jaringan distribusi, Menjaga hubungan baik dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, Menjaga persaingan yang sehat dan Menjadikan proses pemasaran sebagai proses dakwah yang bertujuan untuk memajukan ekonomi islam.

**B. Saran-saran**

1. Bagi pemilik warung tradisional hendaknya penelitian ini dapat meningkatkan omset kembali dan pemillik warung tradisional harus lebih komparatif lagi dalam persaingan usaha, dengan cara melakukan perencanaan yang lebih matang, penggunaan teknologi yang ada dan meningkatkan kenyamanan bagi konsumen.
2. Bagi Pemerintah Diharapkan lebih tegas lagi dalam memberlakukan Peraturan Pemerintah pada (PP) No. 112/2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-Dag/Per/12/2008 yang merupakan petunjuk pelaksanaan dari PP No. 112/2007. Hal ini agar tidak terjadi perkembangan toko modern yang semakin banyak di lingkungan pemukiman dan tidak sesuai dengan Peraturan Pemerintah tersebut khususnya bagi pemerintah kota Banjarmasin.