

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui media wawancara dengan beberapa informan, observasi, kuisioner, dan temuan-temuan peneliti di lapangan yang berjudul "Analisis Produksi dan Pemasaran Ikan Asin Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Teluk, Labuan, Pandeglang, Banten)", maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari para produsen ikan asin dilihat dari efektivitas produksi, bahwasannya dinilai sangat cukup efektif dengan hal ini dapat dilihat dari sebuah pemanfaatan sumber daya lokal yang ada di Desa, seperti halnya hasil tangkap ikan yang melimpah dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, sehingga mampu untuk memperkerjakan tenaga kerja setempat akan tetapi dalam menjalankan proses produksi masih banyak ditemukannya faktor-faktor atau pun kendala yang dapat mempengaruhi jalannya sebuah usaha, seperti adanya keterbatasan dalam penggunaan alat pengering yang modern, karena masyarakat masih bergantung kepada cuaca, serta dalam pengemasan produk ikan asin yang masih belum maksimal. Pandangan dari perspektif ekonomi syariah, dalam memproduksi masyarakat sudah dapat mencerminkan dari semangat kerja, kejujuran dalam menjalankan produksi, serta dapat bertanggung jawab telah dan amanah, akan tetapi perlu adanya dalam meningkatkan kualitas produk supaya dapat menambah nilai suatu produk yang lebih tinggi.

2. Dalam menjalankan efektivitas sebuah pemasaran secara kualitas pemasaran ikan asin sudah berjalan secara efektif sebab produknya selalu terjual. Namun, dari segi sistem masih terdapat ketidak pastian, dari dalam sistem pembayaran yang dimana barang dulu uang belakang, yang dilakukannya dari sebagian oleh pengepul. Dengan ini, dapat menimbulkan unsur *gharar* yaitu ketidak jelasan dengan hal ini bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut kotler dalam teori pemasaran, sistem ini tidak ideal sebab produsen tidak memiliki pengawasan terhadap sebuah harga dan waktu pembayaran, sedangkan menurut Alon dan Haque di dalam sebuah konsep *islamic marketing*, bahwasannya pemasaran harus dilakukan dengan transparan serta adil, dengan akad yang jelas supaya tidak dapat merugikan salah satu pihak. Dengan hal ini masih sebagian masyarakat yang kurang paham untuk menjalankan sebuah prinsip-prinsip dan nilai ekonomi syariah.

## **B. Saran**

Ada beberapa saran yang dapat di sampaikan oleh peneliti berikan yang berkaitan dengan penelitian ini semoga yang diharapkan dapat bermanfaat serta menjadi evaluasi kedepannya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha

Masyarakat harus menjaga lingkungannya, harus lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola ikan asin, menciptakan produk ikan asin yang sudah matang dibuat berbagai varian rasa serta membuat kemasan dan nama merek dagang bagi usahanya. Selain itu, mendaftarkan sertifikat halal sehingga penjualannya dapat meluas, dan membuat promosi melalui media online sehingga dapat meningkatkan penjualan.

## 2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Diperlukannya hal dalam pendampingan serta pelatihan-pelatihan secara teratur tentang menjalankan usaha berbasis syariah, pemasaran secara digital, dan akses permodalan pembiayaan mikro berbasis ekonomi syariah. Dapat memberikan bantuan alat modern seperti oven serta dapat membuka suatu akses kepada memfasilitasi produksi bersama untuk masyarakat. Dapat mendorong sebuah penerbitan sertifikat halal serta label produk agar untuk meningkatkan sebuah kepercayaan dan mendukung terhadap daya saing sebuah produk lokal.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya karena penelitian ini sangat terbatas pada satu desa saja, yakni desa Teluk. Maka penelitian selanjutnya dapat disarankan untuk melibatkan lebih satu desa agar supaya memberikan suatu gambaran yang lebih komprehensif terkait dengan efektivitas produksi dan pemasaran ikan asin dalam skala lebih luas lagi.