

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Pemasaran produk PT. parsia humairah pekanbaru ini telah dilakukan dengan cara yang baik akan tetapi belum berjalan secara efektif dan efisien dalam menawarkan produknya pada masyarakat. Promosi yang dilakukan PT. parsia sudah baik yaitu dengan cara menawarkan produk kepada masyarakat secara langsung, membuat kartu nama, mempromosikan melalui media sosial secara memasang iklan di media cetak. Harga yang diterapkan oleh PT. parsia humairah dengan menetapkan diskon atau potongan harga untuk setiap pembelian tunai maupun kredit membuat masyarakat tertarik untuk membeli produk. Distribusi yang dilakukan PT. parsia humairah melalui perantara yaitu agen, toko, swalayan/mini market. Distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi konsumsi.
2. Kendala-kendala pemasaran produk Parsia Humairah Pekanbaru dalam meningkatkan penjualannya adalah produk terkadang tidak sesuai dengan pesanan, kemasan rusak mengganggu pengiriman barang yang jauh dari Iran menggunakan alat transportasi laut kapal melalui pelabuhan Belawan Sumatra Utara, waktu pengiriman barang yang memakan waktu 3-4 hari menggunakan alat transportasi laut kapal, hal ini dapat mengurangi kualitas dari kurma. Disamping itu, karena banyaknya produk jenis kurma yang tersebar dipasaran memicu adanya persaingan dikalangan distributor

produk jenis kurma, sertamasyarakat belum begitu mengenal produk kurma yang ditawarkan oleh Parsia Humairah.

3. Pemasaran produk kurma Parsia Humairah tidak bertentangan dengan sistem ekonomi islam, karena pada umumnya dalam proses tidak ditemukan adanya unsur-unsur menyimpang dari syariat islam.

B. Saran

1. Parsia Humairah perlu menyempurnakan kegiatan pemasaran terutama untuk produk, promosi, harga dan distribusi luar daerah agar masyarakat luas lebih mengenal dan dapat menikmati produk kurma Parsia Humairah ini. Bukan hanya masyarakat daerah Pekanbaru bahkan sampai keluar daerah Pekanbaru.
2. Parsia Humairah perlu mencari solusi untuk mengatasi kendala-kendala pemasaran agar masyarakat tidak kecewa ketika membutuhkan produk kurma.
3. Tetap mempertahankan pemasaran yang tidak melanggar hukum islam.