

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran di KSPPS Sumber Barokah Mandiri dalam meningkatkan jumlah anggota adalah dengan bauran pemasaran 4P(*Product, Place, Price, Promotion*). Bauran pemasaran yang paling efektif dan berpengaruh besar dalam meningkatkan jumlah anggota adalah promosi dengan menerapkan bauran promosi pengiklanan secara *online* menggunakan sosial media *WhatsApp* dan *Facebook*. Media sosial *WhatsApp* digunakan untuk melayani dan memberi informasi terbaru koperasi kepada anggota. *WhatsApp* juga digunakan untuk komunikasi dengan anggota koperasi via *chat*. Pihak koperasi mendapatkan kontak masyarakat secara langsung ketika kegiatan pengajian dilakukan. Pendekatan secara langsung dilakukan kepada masyarakat demi menumbuhkan keakraban antara koperasi dengan masyarakat. Dengan begitulah proses pengumpulan kontak telepon masyarakat didapatkan untuk kemudian pemasaran *online* melalui media *WhatsApp* dilakukan. Promosi dilakukan dengan menampilkan iklan di *story WhatsApp* yang berisi informasi tentang koperasi serta produk-produknya. Sedangkan di *Facebook* promosi dilakukan dengan mengenalkan tentang KSPPS Sumber Barokah Mandiri beserta produk-produknya.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip Islam. Karakteristik ketuhanan sudah diterapkan dengan berpegang pada

prinsip yang sesuai Al-Qur'an dan Hadis. Tidak ada unsur tipu menipu. Karakteristik etis, dengan meneladani dan menerapkan sifat Rosul jujur dan amanah dalam proses pemasaran dan dalam kehidupan sehari-hari serta melayani dengan sopan serta menerapkan senyum sapa salam. Karakteristik realistis, yaitu mengembangkan strategi-strategi pemasaran yang sesuai dengan keadaan saat ini. Pemasar menjalankan tugas dan kewajiban dengan amanah dan bertanggung jawab, meneladani dan menerapkan sifat Rosul *Tabligh* dan *Fathonah*. Karakteristik humanistik, yaitu menerapkan prinsip kekeluargaan antar pengurus koperasi, serta antara koperasi dengan anggota supaya tercipta keharmonisan dalam berkoperasi. Selain itu juga menerapkan bauran pemasaran Islam (*Islamic product, price syariah, promotion syariah* dan *place syariah*) dengan mengutamakan kejujuran dan keadilan dalam penerapannya. Transaksi yang dilakukan bebas dari riba serta transaksi yang diharamkan lainnya. Penentuan harga dilakukan secara transparan dan membolehkan negosiasi harga dengan tujuan supaya pihak koperasi dan anggota yang bertransaksi sama-sama ridho. Pemasar menjelaskan kualitas produk sebagaimana aslinya serta tidak melebih-lebihkan. Memilih lokasi yang strategis. Tanah serta bangunan yang ditempati statusnya jelas milik koperasi, bukan merupakan tanah sengketa.

B. Saran

1. Strategi pemasaran secara *offline* di KSPPS Sumber Barokah Mandiri sudah baik. Untuk pemasaran *online* melalui media *Whatsapp* sudah

baik akan tetapi media sosial *Facebook* harus lebih di *up date* dengan membagikan informasi tentang koperasi yang dikemas menarik lagi misalnya berupa dokumentasi kegiatan koperasi, brosur, iklan berbentuk gambar, kata-kata mutiara, atau informasi produk, disertai dengan caption yang menarik.

2. Sebaiknya pemasaran melalui media sosial lebih dikembangkan lagi tak hanya lewat *Whatsapp* dan *Facebook* saja, akan tetapi juga melalui Instagram. Karena saat ini instagram merupakan media sosial yang diminati dan sangat cocok untuk media promosi.