

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik pemasaran syari'ah di PayTren Jaringan Para Mitra Cerdas yang pertama adalah Kumpul Sinau Bareng yaitu acara untuk saling kenal antar mitra dan menambah pengetahuan akan PayTren maupun cara berbisnisnya dimana memiliki kegunaan untuk mempertahankan mitra didalam jaringan untuk terus menggunakan produk PayTren dan mengembangkannya dengan terus melakukan promosi. Didalam KSB ada Prinsip SAYa (Semangat *Action* Yakin) yang berguna untuk membakar etos kerja para mitra supaya terus melakukan promosi. Sehingga diketahui penerapan *Service* yang di berikan Jaringan Para Mitra Cerdas itu sudah dilakukan dengan baik dan penggunaan karakter spiritual merek yang diajarkan sewaktu pembinaan pada waktu acara KSB untuk meyakinkan para mitra untuk selalu promosi juga diterapkan dengan bagus.
2. Praktik pemasaran syari'ah yang kedua adalah *Home Sharing* yaitu kegiatan promosi dalam bentuk presentasi kepada calon mitra yang bisa dilakukan *offline* maupun *online* akan tetapi dikemas dengan bahasa yang lebih sederhana dan meanarik. Metode ini memiliki kegunaan untuk memperluas pangsa pasar dan membantu mitra mendapatkan mitra *downline*. Kemudian ada beberapa metode dan

teknik yang masuk dalam metode HS ini, yaitu; Metode FAST (Faktual Akurat Santun Teachable) dan Teknik Pareto. Dengan Metode tersebut penyampaian konten dan konteks PayTren sangat diterima Masyarakat, akan tetapi penerapan kejujuran dalam menawarkan produk kurang sesuai dengan syari'at dimana kurangnya transparansi kualitas produk PayTren.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pemasaran yang dilakukan mitra Jaringan Para Mitra Cerdas dilakukan melalui *offline* dan *online*. Materi yang disampaikan seringnya hanya bersifat global pada bagian keuntungan dan baiknya saja, tidak merinci secara detail tentang keadaan PayTren saat itu, karenabertujuan menarik perhatian calon mitra. Sebaiknya Calon Mitra diberikan informasi yang rinci supaya nanti tidak ada perasaan kecewa akan produk yang dipakainya.
2. Potensi yang dapat digali di Jaringan Para Mitra Cerdas yang berkaitan dengan strategi-strategi pemasaran cukup banyak, maka untuk penelitian berikutnya peneliti dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik lagi mengenai strategi yang selalu berkembang, khususnya strategi-strategi yang baru diciptakan oleh Jaringan Para Mitra Cerdas yang menjadi pembeda dari Jaringan lain.