

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasar penelitian mengenai strategi promosi Kospin Asa Syariah dalam meningkatkan jumlah anggota, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan Kospin Asa Syariah sebagai berikut:

Pertama, langka-langkah yang dilakukan Kospin Asa Syariah untuk mencapai tujan promosinya adalah mengidentifikasi audience, menentukan tujuan promosi, merancang pesan, memilih saluran promosi, menetapkan total anggaran promosi, memutuskan bauran promosi, mengukur hasil promosi dan mengelola proses pemasaran terpadu.

Kedua, promosi yang dilakukan Kospin Asa Syariah bertujuan untuk meningkatkan jumlah anggota. Untuk mencapai tujuan promosi tersebut Kospin Asa Syariah lebih mengutamakan bauran promosi *personal selling* dengan didukung bauran promosi lainnya seperti periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. penggunaan *peronal selling* dikarenakan keterbatasan karyawan.

Ketiga, *personal selling* yang dijalankan Kospin Asa Syariah meliputi melakukan jemput bola tabungan, menjadi narasumber seminar. Kegiatan periklanannya dengan mencatak dan menyebarkan brosur. Kemudian untuk promosi penjualannnya menggunakan mug, bolpoin dan buku agenda sebagai hadiah bagi anggotanya. Sedangkan hubungan masyarakat yang dilakukan antara lain dengan menjadi nara sumber dalam seminar, sponsorship dan

bakti sosial dengan membagikan sembako berupa beras kepada masyarakat yang membutuhkan.

B. SARAN

Pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan Kospin Asa Syariah untuk meningkatkan jumlah anggota berjalan dengan baik, namun ada beberapa saran dari peneliti yaitu:

1. Memperbanyak kegiatan kunjungan ke sekolah-sekolah islam dan kelompok pengusaha yang lain untuk memperbanyak jumlah anggota.
2. Dalam kegiatan promosinya ditambah dengan menggunakan internet baik media sosial maupun yang lain untuk menyebarkan informasi tentang Kospin Asa Syariah. Penggunaan internet ini karena internet sudah menjadi kebutuhan banyak orang, terutama media sosial. Hampir semua orang memiliki akun media sosial.
3. Untuk promosi penjualan, hadiah yang diberikan kepada anggota kepada anggota dari tahun ketahun berbeda untuk lebih menarik konsumen untuk menggunakan produk layanan. Hadiah yang digunakan seperti jam dinding, payung, tempat tissue dll.
4. Kegiatan hubungan masyarakat sudah baik namun perlu dikembangkan lagi. Seperti kegiatan di masjid tidak hanya menyantuni masyarakat kurang mampu tetapi dikembangkan lagi dengan kegiatan pengajian atau kajian ilmu islam tentang lembaga keuangan syariah supaya masyarakat lebih memahami tentang konsep syariah dan mau menggunakan produk koperasi syariah.