BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan-temuan di atas sebagaimana penulis paparkan, maka penulis bisa menarik kesimpulan:

1. Dalam perspektif Syariah memandang bahwa sektor perdagangan atau pemasaran merupakan suatu sektor pemenuhan kebutuhan hidup yang dibolehkan, dengan syarat dilakukan dengan cara yang benar dan jauh dari unsur kebatilan. Strategi pemasaran Syariah pada Gerai 212 Mart Ciracas Kota Serang telah menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran Syariah yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist dengan mencontoh praktik pemasaran Rasulullah. Berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu: *Shiddiq, Amanah, Fathonah, dan Tabligh.*
2. Kegiatan pemasaran pada Gerai 212 Mart Ciracas Kota Serang sudah sesuai dengan nilai-nilai pemasaran Syariah, hanya saja masih terdapat kelemahan dari strategi promosi, karena jaringan pada media online hanya tersebar kepada rekan anggota saja

yang berupa pesan berantai pada WhatsApp. Dan juga dari strategi harga yang belum mampu bersaing dengan ritel lainnya yang sudah lama berdiri.

B. Saran

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Koperasi Syariah 212 Mart Ciracas Kota Serang dan mengetahui strategi-strategi pemasaran yang dilakukan untuk mengembangkan usahanya, dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Syariah sehingga berguna dan bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari
2. Bagi pihak Koperasi Syariah 212 Mart Ciracas Kota Serang, dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan usahanya, terutama dari segi strategi promosi, munkin perlu menambahkan jaringan promosi pada media online dengan menambahkan instagram dan facebook, yang sekiranya mampu tersampaikan terkait info promo ataupun produk baru kepada konsumen diluar anggota dan membuat website tentang perusahan untuk memperkenalkan Gerai 212 Mart Ciracas Kota Serang.