

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari penelitian yang penulis peroleh, maka dapat diambil kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran di Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin adalah:
 - a. Melakukan sosialisasi dengan para Jama'ah Pengajian dan relasi kantor.
 - b. Melalui media sosial berupa *facebook*, *instagram* dll
 - c. Media (Brosur)
2. Analisis SWOT terhadap strategi pemasaran Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin sebagai berikut:
 - a. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan koperasi Arrahmah dari segi promosi, transaksi sesuai syariah (tidak ada riba dan finalty), link anggota yang banyak dan sistem keuangan di koperasi yang sangat mendukung.

- b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan dari koperasi syariah Arrahmah yaitu dari lokasi kantor yang kurang strategis dan pola pembinaan dari koperasi yang belum full.

c. *Opportunities*

Peluang dari koperasi syariah Arrahmah yaitu dengan menetapkan koperasi yang BEBES DARI RIBA maka masyarakat lebih berminat untuk menjadi anggota.

d. *Threats* (Ancaman)

Ancaman dari koperasi syariah Arrahmah yaitu terlalu banyak pesaing.

Strategi pemasaran yang dilakukan koperasi syariah Arrahmah Banjarmasin sudah sesuai dengan konsep pemasaran syariah yaitu strategi penjualan yang bebas riba.

B. Saran-saran

1. Di sarankan kepada koperasi Syariah Arrahmah untuk memilih lokasi koperasi yang lebih strategis agar memudahkan Anggota dan juga lokasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan koperasi di era sekarang ini dimana koperasi banyak saingan ketat.
2. Untuk penelitian selanjutnya lebih baik melakukan penelitian yang berkenaan dengan manajemen yang lebih mendalam di koperasi syariah Arrahmah.