

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Peranan pemasaran Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Manfaat Surabaya dalam usaha memperkenalkan produk simpanan dan pembiayaan kepada konsumen sangatlah penting dan juga menjadi salah satu keberhasilan suatu perusahaan untuk memperoleh laba, untuk pengembangan produk – produknya, untuk kelangsungan usahanya, serta untuk kelangsungan usahanya, KJKS Manfaat melakukan kegiatan pemasaran berupa Periklanan, Pemasaran, Publisitas, Penjualan Perseorangan, dan Penjualan Langsung.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Manfaat Surabaya dalam upaya memperkenalkan dan memasarkan produk simpanan dan pembiayaan adalah dengan menjalin kerja sama dengan anggota yang bekerja sama dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Manfaat Surabaya, melalui media cetak, iklan, pameran – pameran dan melalui *trend* umum yang saat ini dianggap sangat mudah dan praktis dalam menyampaikan informasi sebuah produk oleh pihak pemasar baik Koperasi maupun perusahaan – perusahaan bisnis lainnya, yakni melalui jaringan *Social Media*.

## **B. Saran**

Dengan berkembangnya teknologi di zaman yang modern ini maka secara otomatis berkembang pula strategi pemasaran bagi para pemasar, dan sering kita jumpai perkembangan strategi pemasaran yang tidak etis dan tidak professional seperti kecurangan – kecurangan yang sering kali dipakai para pemasar untuk mencapai tingkat keuntungan yang tinggi. Keuntungan yang tinggilah yang lebih diutamakan dalam perusahaan, sehingga terkadang perusahaan – perusahaan harus menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Sehingga dalam perkembangan zaman ini tidak hanya perkembangan strategi pemasaran saja yang perlu dikembangkan tetapi akhlak dalam perkembangan strategi pemasaran juga harus dikembangkan demi tercapainya strategi pemasaran secara syariah. Kegiatan pemasaran Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Manfaat Surabaya sudah seharusnya dikembangkan lebih baik lagi karena seiring dengan berkembangnya zaman maka muncul pula pesaing – pesaing yang lain, agar seimbang antara perkembangan strategi pemasaran dengan syariat Islam maka perlu kita tanamkan akhlak – akhlak di dalamnya seperti kejujuran dalam memasarkan produk – produk baik dari kelebihan dan kekurangannya. Pemasaran syariah meyakini, perbuatan seseorang akan dimintai pertanggung jawabannya kelak. Selain itu, pemasaran syariah mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, pemasaran syariah menjadi penting bagi para tenaga pemasar untuk melakukan pemasaran.