

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Strategi Promosi Melalui Penerapan *Sales Promotion* dalam Perspektif Prinsip Syariah (Studi Kasus pada Toko Pertanian Tani Berkah Desa Kubangpari Kecamatan Kersana Kabupaten Brebes), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang digunakan oleh toko pertanian Tani Berkah dalam menghadapi persaingan usaha dan meningkatkan penjualan adalah *sales promotion* atau promosi penjualan. Strategi ini merupakan bentuk kerjasama antara toko dengan *sales* perusahaan.
2. Penerapan *sales promotion* di toko pertanian Tani Berkah menggunakan 8 macam teknik yaitu: (a). *Point of purchase* (pajangan atau peragaan), dilakukan setiap ada produk baru atau produk pengembangan dan berlangsung selama 1 bulan, (b). *Coupons* (kupon), berlaku pada produk-produk baru yang bersifat khusus atau tertentu dengan adanya syarat nominal pembelian yang telah ditentukan di awal dan akan diundi setelah masa panen padi, (c). *Price of deals* (diskon), berlaku bagi produk baru yang bersifat khusus atau tertentu sebesar 2,5% – 5% per produk, (d). *Premium and advertising specialities*, yaitu dengan sistem ODP (*One Day Promo*), merupakan promosi kilat yang hanya berlaku selama 1 hari dengan menawarkan barang gratis untuk pembelian suatu produk, (e). *Sweeptakes* (undian), berhubungan dengan pembagian kupon yang dilakukan setelah masa panen padi dengan hadiah uang tunai, alat elektronik, alat pertanian dan *merchandise* lainnya seperti payung, kaos, dan topi, (f). *Sampling and trial offers* (pemberian contoh produk), dilakukan dengan 2 cara yaitu penawaran langsung di tempat penjualan atau toko dan penawaran dengan *door to door*. Penawaran sampel dengan *door to door* pada toko pertanian Tani Berkah terbagi menjadi 2 sistem yaitu FM

3. (*Farmers Manual* yaitu pemberian sampel gratis dan pembinaan di salah satu rumah konsumen yang memiliki pengaruh cukup besar atau loyal terhadap toko dan *Demplot (Demonstration Plot)* yaitu pemberian sampel gratis yang dipraktekkan secara langsung oleh *sales* di lahan sawah milik petani, (g). *Frequency/ continuity*, mengumpulkan nota pembelian sampai mencapai jumlah tertentu yang sebelumnya telah ditentukan. Kemudian setelah mencapai jumlahnya, maka akan ditukarkan dengan *merchandise* berupa kaos ciri khas toko pertanian Tani Berkah, (h). *Event sponsorship*, mensponsori suatu acara tahunan yang ada di Desa Kubangpari yaitu acara adat Mapagsri atau disebut juga dengan sedekah bumi.
4. Strategi promosi melalui penerapan *sales promotion* pada toko pertanian Tani Berkah telah sesuai dengan perspektif prinsip syariah karena toko pertanian Tani Berkah jujur dalam mempromosikan produknya kepada konsumen (*shiddiq*) dengan tidak hanya menjelaskan kelebihan tetapi juga kelemahan produk untuk menghindari ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi, yang kemudian keputusan pembelian konsumen didasarkan kepada asaz suka sama suka (*an-taradhin*). Toko ini juga mengutamakan dan menjaga kepercayaan konsumen (*amanah*) dengan cara menyampaikan barang sesuai pesanan baik ukuran maupun waktunya, serta menerima komplain dan penukaran barang manakala ada ketidaksesuaian. Toko ini juga mengembangkan ide-ide kreatif dalam penyampaian promosi yang menyesuaikan kondisi masyarakat dengan tetap menjaga prinsip-prinsip syariat, sehingga cerdas baik secara manajemen maupun secara hukum (*fathonah*). Toko ini juga menyampaikan informasi produk sesuai dengan keadaan atau kualitas yang sebenarnya (*tabligh*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan diantaranya:

1. Berdasarkan hasil penelitian, toko pertanian Tani Berkah hanya menggunakan strategi promosi berupa *sales promotion* atau promosi penjualan saja, alangkah lebih baik jika toko dapat mencoba strategi promosi yang lain seperti *advertising* (periklanan), *direct marketing* (penjualan langsung), *personal selling* (penjualan personal), dan *public relation* (hubungan masyarakat) untuk memperluas jangkauan pasar dan tetap dapat bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat.
2. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan teknik-teknik *sales promotion* di toko pertanian Tani Berkah hanya menggunakan 8 macam teknik saja. Seiring berjalannya waktu, teknologi akan semakin canggih dan berkembang sehingga mungkin saja teknik-teknik yang telah dilakukan sebelumnya tidak relevan lagi jika digunakan di masa yang akan datang, maka dalam hal ini dibutuhkan pengembangan ide-ide yang lebih kreatif dalam penerapan teknik *sales promotion* yang akan dilakukan, seperti mengaktifkan media sosial untuk menerapkan teknik *contest* (kontes) dengan mengajak konsumen mengikuti lomba yang diselenggarakan toko melalui postingannya di *facebook*, *instagram*, dan media sosial lainnya.
3. Berdasarkan hasil penelitian, strategi promosi melalui penerapan *sales promotion* yang telah dilakukan tidak terdapat penyimpangan dalam perspektif prinsip syariah, namun praktiknya perlu diperdalam lagi kaitannya dengan *fathonah* (kecerdasan), dimana pelaku usaha harus memaksimalkan upayanya agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kredibilitas konsumen atau masyarakat yang lebih banyak di masa mendatang dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariat sehingga tidak hanya mendapatkan keuntungan di dunia saja melainkan juga keuntungan di akhirat.