

komunikasi Pemasaran syariah menggunakan media-media seperti internet, komunitas dan majlis ta'lim.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

4. Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Syariah pada Investasi Dinar Dirham di Gerai Dinar Kota Bandung menggunakan instrumen-instrumen promosi komunikasi pemasaran syariah yang dapat dilakukan relatif tanpa mengeluarkan banyak biaya. Kegiatan promosi tetap berpengaruh terhadap jumlah investor. Strategi promosi komunikasi syariah yang dilakukan Gerai Dinar Kota Bandung ini, dikarenakan Gerai Dinar Kota Bandung tidak mempunyai dana yang cukup besar untuk membiayai kegiatan promosi yang terpenting bagi Gerai Dinar Kota Bandung adalah memiliki strategi promosi yang kreatif.
5. Mekanisme komunikasi pemasaran pada produk Investasi Dinar Dirham di Gerai Dinar Kota Bandung adalah program *member-get-member*, dimana peserta program mengajak orang lain menjadi investor Gerai Dinar. Peserta program (pemberi referensi) mendapatkan insentif uang berdasarkan volume dana dari investor yang tereferensi. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan manajemen Gerai Dinar juga merupakan upaya pemasaran berbasis *word to mouth*.

6. Kegiatan Komunikasi Pemasaran Syariah Gerai Dinar pada Investasi Dinar Dirham dalam meningkatkan jumlah investor di Gerai Dinar Kota Bandung dimana pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Syariah Program Sahabat GERAI DINAR jumlah investor Investasi Dinar Dirham semakin meningkat.

5.2. Saran

Sebagaimana yang diuraikan diatas penulis pada bagian ini mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan, untuk bahan pertimbangan bagi pihak Gerai Dinar dalam mengambil keputusan untuk melakukan promosi. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Gerai Dinar Kota Bandung sebaiknya meningkatkan pelaksanaan promosi sesuai dengan kemampuan manajemen sesuai dengan tingkat wilayah marketing dan diperkirakan dapat meningkatkan penjualan.
2. Gerai Dinar Kota Bandung sebaiknya mengkaji secara komprehensif dalam penentuan media pada kegiatan komunikasi pemasaran yang Islami. Dalam penentuan media periklanan misalnya, Gerai Dinar Kota Bandung dapat menggunakan tenaga-tenaga manajemen yang lebih professional dengan dukungan SDM yang memadai juga yang pilihan media iklan sesuai dengan ajaran Islam serta nuansa yang Islami.
3. Gerai Dinar Kota Bandung perlu mengadakan koordinasi dengan Kantor Pusat sesuai hirarkinya dalam pelaksanaan pameran agar bentuk *sales promotion* atau komunikasi pemasaran yang lainnya dapat mencapai hasil yang maksimal.

4. Gerai Dinar Kota Bandung sebaiknya lebih memperhatikan tenaga-tenaga penjualannya dalam bidang pemberian informasi dan penjelasan produk-produk investasi syariah Gerai Dinar lainnya, dengan memberi pelatihan dalam bidang *salesmanship* dalam peningkatan kualitas kegiatan komunikasi pemasaran yang Islam

