

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta hasil yang telah diperoleh seperti yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi bauran promosi yang digunakan adalah periklanan, dan penjualan tatap muka. Dalam pengambilan keputusan strategi ini BMT sudah melalui proses dan tahap tahapnya yakni membuat kerangka kerja untuk mengembangkan bauran promosi dan tahap tahap dalam mengembangkan bauran promosi hasil akhir yaitu memilih bauran promosi sehingga periklanan dan penjualan tatap muka adalah strategi yang tepat dalam meningkatkan jumlah calon anggota.
2. Untuk implikasi dari strategi bauran promosi yang terdiri dari periklanan dan penjualan tatap muka yakni implikasinya berdampak pada Jumlah calon anggota yang mengalami peningkatan dari tahun-ke tahun, dilihat dari laporan data jumlah calon nasabah yang masuk.

5.2 Saran

1. Dari uraian di atas strategi bauran promosi yang digunakan adalah dua alat yakni strategi periklanan dan penjualan tatap muka. saran dari peneliti dengan BMT menggunakan kombinasi strategi bauran promosi yang terdiri dari lima alat yakni periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat. Kemungkinan Bisa membantu menambah peningkatan jumlah calon anggota yang lebih banyak dari dua alat yang sudah dilakukan.
2. Keputusan dalam menggunakan strategi bauran promosi pada pihak BMT terutama devisi pemasaran dalam menentukan strategi yang digunakan Pihak devisi harus fokus dan konsisten dalam menjalankannya, dan lebih diperbaiki sdm yang dimilikinya. Karena keberhasilan perusahaan ada di sdm bagaimana mereka melakukan peranannya.