

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi promosi sangat dibutuhkan untuk suatu organisasi kecil maupun besar. Organisasi perusahaan dalam menawarkan produk atau jasa memerlukan strategi untuk menarik perhatian dari anggota atau pelanggan. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Promosi yang Dilakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri dalam penjualan kendaraan bermotor barokah Strategi yang digunakan demi mencapai target organisasi tidak hanya dilihat dari produk yang diberikan tetapi juga melihat bagaimana proses memberikan pelayanan tersebut. Pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah anggota pada organisasi perusahaan. Meningkatkan pelayanan yang berarti organisasi harus menyediakan sumber daya manusia yang menjadi faktor utama berjalanya proses pemasaran produk yang dimiliki perusahaan.
2. Strategi Promosi *Word Of Mouth* yang Dilakukan BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri dalam Meningkatkan penjualan produk Seperti yang dilakukan di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri dengan mempromosikan produk unggulan di lembaga.

B. Saran

Kepada pengurus lembaga BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri diharap untuk meningkatkan dan memperbaiki dalam proses pelayanan sehingga dapat bisa meningkatkan jumlah penjualan dan meningkatkan aset perusahaan. diharapkan juga kepada pengurus lembaga BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri memperbaiki sumber daya manusia dalam lembaga agar dapat memberikan pelayanan secara bagus. Banyak hal yang harus diperhatikan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya mengingat semakin banyaknya lembaga sejenis maka memaksa perusahaan untuk mampu bersaing. Selanjutnya diharapkan untuk peneliti selanjutnya apabila ingin mengambil judul yang sama dapat menambah jumlah lembaga perusahaan yang akan dijadikan tempat penelitian.