

## **A. Kesimpulan**

Strategi promosi sangat dibutuhkan untuk sebuah organisasi kecil maupun besar. Organisasi perusahaan dalam mengenalkan produk dan jasa membutuhkan strategi untuk menarik perhatian dari anggota. Berdasarkan uraian pada pembahasan tentang Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota (Studi Kasus BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Kediri) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang dilakukan di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri dalam meningkatkan jumlah anggota menggunakan 4 cara yaitu terjun langsung, penggunaan media sosial, mengandalkan anggota (relasi anggota), dan penggunaan *mobile* UGT. Dengan 4 strategi tersebut banyak memikat para calon anggota untuk bergabung menjadi anggota di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri.
2. Peran strategi promosi dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri yaitu strategi terjun langsung berperan sebesar 40% dari keseluruhan total anggota dari tahun 2013-2021, media sosial berperan sebesar 30% dari tahun 2018-2021, relasi anggota memiliki peran sebesar 20% dari tahun 2016-2021, dan *mobile* UGT sebesar 10% dalam peningkatan jumlah anggota pada tahun 2021 di BMT UGT Sidogiri KCP Kediri.

## **B. Saran**

Kepada seluruh pengurus lembaga BMT UGT Sidogiri KCP Kediri diharapkan lebih meningkatkan dan perbaiki dalam proses pelayanan sehingga dapat meningkatkan jumlah anggota dan meningkatkan aset perusahaan. Banyak hal yang harus diperhatikan perusahaan dalam menerapkan strategi promosinya mengingat semakin banyaknya lembaga sejenis maka memaksa perusahaan untuk mampu bersaing. Untuk penerapan strategi promosi seperti relasi anggota dan *mobile* UGT

perlu adanya peningkatan agar dapat menyumbangkan lebih banyak anggota seperti strategi promosi terjun langsung dan media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**