

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis di atas mengenai analisis bauran promosi yang digunakan oleh BMT AL-HIKMAH Ungaran Kabupaten Semarang dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori bauran promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, publikasi dan promosi penjualan. Setelah dilakukan penelitian diperoleh hasil bahwa bauran promosi yang digunakan oleh BMT belum seluruhnya digunakan.

BMT AL-HIKMAH Ungaran Kabupaten Semarang mempraktikkan seluruh teori bauran promosi yang ada mulai dari periklanan yang dilakukan dengan cara penyediaan buletin. Yang kemudian disempurnakan dengan publikasi sebagai pelengkap dari kegiatan periklanan yang dilakukan oleh BMT Al-Hikmah Ungaran Kabupaten Semarang. Publikasi ini sering dianggap sebagai media komunikasi masa dalam upaya meningkatkan volume penjualan tanpa dikenai bayaran. Selain itu BMT juga melakukan suatu kegiatan penjualan pribadi hal ini bertujuan untuk mencari anggota yang loyal. Meskipun calon anggota yang tersaring cenderung lebih sedikit, namun Anggota yang loyal berpotensi untuk memberikan keuntungan yang bersifat berkelanjutan tak hanya manis pada kesan pertama. Selanjutnya BMT juga

menerapkan sistem promosi penjualan, dimana kegiatan promosi penjualan yang dilakukan dilakukan dalam bentuk bonus yang diberikan secara rutin dan tanpa adanya potongan administrasi tiap bulannya. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi calon anggota untuk bermitra dengan BMT. Keempat aspek bauran promosi ini saling mendukung satu sama lain sebagai upaya dalam meningkatkan volume penjualan BMT. Meski berbagai cara telah dilakukan, namun masih perlu adanya pengembangan upaya agar hasil yang diperoleh semakin besar.

## **B. Saran**

Dalam upaya meningkat volume penjualan, BMT AL-HIKMAH Ungaran Kabupaten Semarang perlu memperhatikan beberapa hal yang sangat penting, seperti penggunaan media periklanan dengan maksimal. Disini BMT AL-HIKMAH belum melaksanakan kegiatan periklanan dengan maksimal. Sehingga hasil penjualan yang dicapai juga belum mencapai tingkat maksimal.

## **C. Penutup**

Demikian Tugas Akhir yang dapat penulis paparkan, penulis sadar dalam pembuatan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dimasa yang akan datang. Dan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembacanya