

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dikemukakan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa KSPPS BMT Dana Insani Kabupaten Gunungkidul sudah menerapkan 5 (lima) bauran promosi (*Promotional mix*) yang terdiri dari:

1. Periklanan (*advertising*)

Terdapat beberapa media yang digunakan oleh KSPPS BMT Dana Insani dalam mengiklankan produknya, yaitu melalui media cetak seperti brosur, surat kabar, *standing banner*, *banner*, serta *website*.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan yang diberikan oleh KSPPS BMT Dana Insani adalah berupa pemberian hadiah undian dan memberikan celmex kepada penjual di pasar tradisional.

3. Hubungan masyarakat (*public relation*)

KSPPS BMT Dana Insani Kabupaten Gunungkidul sudah melakukan beberapa kegiatan seperti aksi tanggap bencana, pemberian bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, dan beberapa kegiatan lain yang sudah dilakukan untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.

4. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung (*direct marketing*) yang dilakukan oleh KSPPS BMT Dana Insani adalah dengan menjalin tatap muka (*face to face*) dengan masyarakat, menyediakan aplikasi *mobile online*, serta

menyediakan nomor telepon dan alamat *email* yang dapat dihubungi oleh konsumen secara langsung.

5. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Dalam penjualan pribadi (*personal selling*) pada KSPPS BMT Dana Insani adalah dengan menugaskan tim *Marketing* dan CS (*Customer service*) untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Selain itu seluruh pegawai juga dianjurkan untuk melakukan promosi kepada orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, atau tetangga.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan di atas, maka saran atau masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan khususnya dalam menetapkan penerapan bauran promosi yaitu :

1. Dalam penggunaan brosur ada baiknya lebih secara rutin untuk disebarakan melalui tim *marketing* di beberapa tempat seperti pasar-pasar tradisional atau pada tempat-tempat UMKM di wilayah Kabupaten Gunungkidul.
2. Menambah kelengkapan periklanan seperti spanduk yang dipasang di luar kantor seperti di pinggir jalan.
3. Dalam penerapan Grebek Pasar (Pemasaran langsung) ada baiknya untuk membuat jadwal kegiatan karena kegiatan promosi ini cukup efektif namun pelaksanaannya masih belum terjadwal secara teratur.
4. Menambah kegiatan promosi *direct marketing* melalui *email* atau telepon untuk menghubungi konsumen secara langsung.

5. Menambah kelengkapan promosi penjualan dengan hadiah berupa *merchandise* seperti kalender, *mug*, atau gantungan kunci.