BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bauran promosi yang digunakan KBIH Bryan Makkah Surabaya dalam upaya mempromosikan produk dengan memberikan jasa pelayanan dan bimbingan. Diperoleh hasil bahwa KBIH Bryan Makkah Surabaya mempraktikkan teori elemen bauran promosi sesuai teori yang ada, namun tidak semua media digunakan, hanya beberapa yaitu yang pertama, periklanan, dengan media komunikasi (radio, televisi), media internet (website, facebook), media cetak (browsur). Kedua melalui promosi penjualan, dengan media promosi pameran, yang diadakan di Cito, Royal dan JMP. Ketiga publisitas, dengan media promosi dari mulut ke mulut. Keempat dengan ketokohan pembimbing melalui ceramah-ceramah.

Rencana bauran promosi yang dilakukan KBIH Bryan Makkah dalam mempertimbangkan beberapa tujuan yang akan dicapai dari kegiatan promosi tersebut adalah pertama, memperkenalkan produk dengan cara pameran, website dan ceramah pembimbing. Kedua, menjual produk, dengan cara menawarkan produk kepada alumni melalui website dan pameran. Ketiga, memberitahu kelebihan-kelebihan KBIH Bryan Makah melalui pameran dengan video perjalanan jemaah dari tahun ke tahun, melalui pelayanan dan bimbingan KBIH Bryan Makkah.

KBIH Bryan Makkah juga mempertimbangkan banyak faktor dalam penentuan penerapan variabel bauran promosinya dengan mengambil sikap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

agar kegiatan promosi tetap berjalan lancar, efektif dan pada akhirnya tujuan perusahaan tercapai. Pertama, sifat pasar, target pasar dan target sasaran tidak ada batasan. Kedua, produk yang dihasilkan berupa jasa pelayanan dan bimbingan. Ketiga, daur hidup produk, untuk pengenalan semua produk baru pada jamaah, yang ditekankan pada browsur yang dibagikan waktu pameran dan ceramah-ceramah pembimbing waktu mengisi acara. Keempat, dana yang tersedia, melakukan kerja sama dengan media yang dijadikan media promosi, seperti radio El-victor dan majalah Nurani.

B. Saran dan Rekomendasi

Dari pembahasan serta kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan masukan atau saran kepada KBIH Bryan Makkah Surabaya yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan data, promosi melalui media bagi KBIH Bryan makkah tidak begitu penting dalam usaha meningkatkan jumlah jemaah. Akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya KBIH Bryan Makkah tetap melakukan promosi melalui media.
2. Sebaiknya KBIH Bryan Makkah Surabaya melakukan kegiatan pemberian hadiah yang menarik kepada jemaah selain buku panduan, buku kenang-kenangan dan lain-lain.
3. Sebaiknya KBIH Bryan Makkah Surabaya harus bisa memperkirakan kemunculan dari produk pesaing sehingga bisa memberikan strategi produk yang bagus agar dapat berkompetisi dengan pesaing, sehingga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk KBIH Bryan Makkah Surabaya tidak kalah dengan produk KBIH yang lain.

C. Keterbatasan Peneliti

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Efisiensi waktu. Peneliti merasa kesulitan dalam menemui pengurus KBIH Bryan Makkah Surabaya karena tidak bisa menyesuaikan waktu antara peneliti dan pengurus. Sehingga durasi pertemuan untuk melakukan proses wawancara dirasa masih kurang. Padahal kunci utama didalam penelitian ini adalah pengurus KBIH Bryan Makkah.
2. Penelitian ini dirasa kurang bisa maksimal karena peneliti tidak bisa mendapat akses data yang lebih, mengingat sifat organisasi yang sangat tertutup, terutama dalam hal dokumen resmi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id