

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam menjalankan sebuah Perusahaan dengan baik dibutuhkan strategi promosi untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan. Betapapun berkualitasnya suatu produk tetapi konsumen tidak tahu akan adanya produk tersebut maka ia tidak akan pernah membeli produk tersebut. Kegiatan promosi yang dilakukan Oleh Kampung Wisata Inggris dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan minat pengunjung dan memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya KWIK di Kebumen.

Setelah Peneliti melakukan sajian data dan menganalisis sesuai dengan teori. Pada Bab VI Peneliti akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil Penelitian strategi promosi dalam meningkatkan minat Pengunjung Kampung wisata Inggris Kebumen Tahun 2016. Dalam tahapan perencanaan yang dilakukan diawali dengan melakukan analisis SWOT setelah itu menentukan Target Audiens yaitu Pelajar dan mahasiswa mulai dari SD,SMP,SMA dan PerguruanTinggi . Penggunaan bauran promosi yang digunakan adalah Advertising meliputi spanduk, banner, brosur, Poster ,Tv dan radio, adapun untuk media internet Kampung Wisata Inggris Kebumen menggunakan faceboook dan Instagram, Bauran Promosi *sales promotions* dengan memberikan Potongan harga atau *cut price* , *personal selling* dengan melakukan

kunjungan ke sekolah-sekolah , *direct marketing*, *Public Relations* atau publisitas dengan melalui acara atau event seperti menjadi pendukung acara Mas dan Mbak kebumen , Event Kebumen expo dan Event festival desa maupun Krenova. Serta adanya event Sunday talk dapat meningkatkan minat Pengunjung untuk mengikuti acara tersebut karena melalui acara tersebut KWIK dapat mendapatkan awareness dari masyarakat sehingga semakin dikenal dan dapat menarik minat target audiens. Penggunaan bauran advertising sudah sesuai tetapi KWIK perlu melakukan perubahan bentuk promosi yang lebih menarik dan lebih sering lagi melakukan promosi lewat radio dan Tv Lokal dan lebih aktif lagi meng-update Informasi di sosial media.

Adapun untuk Tahap Evaluasi yang digunakan sudah cukup efektif dilihat dari setiap tahunnya mengalami peningkatan tetapi peningkatan tersebut belum mencapai target audiens yang ditetapkan dan dalam melakukan evaluasi hingga saat ini KWIK hanya merencanakan kegiatan promosi dan menentukan media yang dipakai untuk melakukan promosi. Adapun kekurangan yang belum dilakukan oleh KWIK adalah belum melakukan evaluasi terhadap media yang digunakan apakah efektif atau tidak. Tim Kampung Wisata Inggris Kebumen hanya mengukur keberhasilan strategi promosi dengan melihat naik turunnya jumlah siswa yang mengambil paket dan berkunjung .

Hasil dari Penelitian ini menyimpulkan Kampung wisata Inggris Kebumen belum mencapai Target dalam melakukan kegiatan Promosi

dikarenakan kurangnya kegiatan Promosi di lakukan dan kurangnya pengetahuan Pengunjung dengan adanya KWIK .serta penggunaan bauran promosi digunakan untuk seluruh target yaitu mulai dari SD,SMP,SMA dan perguruan Tinggi, berdasarkan data yang didapat Pengunjung tertarik karna pesan yang disampaikan oleh KWIK yaitu learning by travelling, travelling by learning yaitu belajar sambil berwisata serta adanya event Sunday Talk setiap minggunya dapat membantu Siswa bagi yang ingin mempraktikan ilmu yang dimiliki.

B. SARAN

Berdasarkan sajian data dan analisis yang telah penulis paparkan dengan teori. Peneliti mencoba memberikan saran sebagai bahan masukan tentang strategi promosi untuk KWIK

1. Dalam melakukan kegiatan promosi sebaiknya KWIK memiliki Tim Khusus Untuk menjalankan kegiatan promosi agar dapat fokus dalam menjalankan kegiatan promosi
2. KWIK dalam melakukan atau memilih kegiatan promosi sebaiknya semakin kreatif isi dan tampilan brosur visualnya lebih dipertajam agar target audiens tertarik untuk membacanya dan penggunaan media sosial mencari info media yang sedang berkembang dan banyak digunakan dan lebih update lagi dalam menjalankan sosial media .
3. KWIK melakukan evaluasi terhadap media promosi yang digunakan apakah efektif atau tidak dengan mengukur dari target audiens karena

walaupun setiap tahun jumlah siswa meningkat tetapi belum berjalan sesuai dengan target.

4. Membuat Iklan dengan media Baliho dengan mempertimbangkan aspek lokasi pemasangan yang bisa dijangkau oleh Masyarakat luas sehingga masyarakat menjadi tahu .karena saat ini KWIK hanya memasang Baliho di sekitar Desa wisata.
5. Lebih aktif lagi dalam meng-update informasi lewat sosial media karena biasanya anak muda lebih aktif mencari informasi melalui internet.
6. Membuat Kata Kunci Agar pencarian Kampung Wisata Inggris Kebumen di Internet lebih mudah dicari.