

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di Gembira Loka Zoo, dengan tujuan mencari tahu bagaimana strategi promosi di Gembira Loka Zoo melalui *personal selling* pada tahun 2018 dalam keberhasilannya melakukan kegiatan promosi *personal selling*, maka penulis simpulkan sebagai berikut :

Gembira Loka Zoo dalam menjalankan strategi promosi *personal selling* dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada tahun 2018 dengan melakukan beberapa tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Sebelum melakukan pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling*, Gembira Loka Zoo melakukan perencanaan terlebih dahulu yang dilakukan dengan beberapa langkah yaitu menentukan cara yang akan di gunakan dalam melakukan kegiatan promosi *personal selling*. Cara tersebut ada dua yaitu dengan cara internal atau dengan cara eksternal. Lalu langkah yang kedua yaitu menentukan target sasaran peserta *personal selling*, langkah yang ketiga yaitu menentukan siapa yang menjadi penanggung jawab dalam kegiatan promosi *personal selling*, langkah selanjutnya yaitu melakukan beberapa tahapan dalam merencanakan kegiatan promosi, dan yang kelima merancang pesan yang akan di sampaikan kepada peserta kegiatan promosi saat presentasi di lakukan.

Setelah melakukan perencanaan selanjutnya yaitu melakukan pelaksanaan. Pada bagian pelaksanaan terdapat beberapa pihak yang bertugas menjalankan pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling* yaitu M. Fahmi Ramadhan selaku kepala bagian promosi Gembira Loka Zoo yang bertugas menjadi penanggung jawab dan menyampaikan informasi maupun materi presentasi saat kegiatan promosi *personal selling* di lakukan. Lalu selanjutnya yaitu Muh. Fazir Safrudin Kepala Bagian Edukasi Gembira Loka yang bertugas menjadi penanggung jawab dan membantu Kepala Bagian Promosi dalam menyampaikan informasi maupun materi presentasi saat kegiatan promosi *personal selling* dilakukan. Terdapat juga beberapa unit yang membantu pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling* yaitu Unit Desain Kreatif, dan Unit Media dan Informasi.

Pelaksanaan yang di lakukan yaitu mengkoordinasi pihak yang menjadi bagian di dalam melaksanakan kegiatan promosi *personal selling*, menyiapkan alat-alat yang digunakan selama kegiatan promosi *personal selling* berlangsung, sebelum kegiatan promosi di mulai maka pihak yang bertugas melaksanakan kegiatan promosi melakukan *briefing*, selanjutnya setelah kegiatan promosi dapat di mulai Kepala Bagian Promosi dan Kepala Bagian Edukasi melakukan presentasi menyampaikan informasi maupun materi tentang Gembira Loka Zoo, berikutnya setelah presentasi selesai dilaksanakan selanjutnya melakukan sesi tanya jawab antara pihak pelaksana kegiatan dengan peserta kegiatan

promosi, yang terakhir melakukan penjualan tiket masuk ke Gembira Loka Zoo kepada peserta kegiatan promosi dengan harga yang miring.

Kegiatan promosi *personal selling* yang pernah di laksanakan Gembira Loka Zoo pada tahun 2018 yaitu bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Kediri, bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dan bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Lampung dengan melakukan acara kegiatan yang bernama *table top* maupun *travel dialog*. Terdapat faktor pendorong maupun faktor penghambat di dalam pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling*, faktor pendukungnya yaitu seperti alat yang digunakan dalam melakukan promosi *personal selling* sudah lengkap dan sesuai dengan SOP perusahaan. Lalu faktor penghambatnya yaitu seperti acara kegiatan promosi *personal selling* yang sudah di rencanakan tiba-tiba gagal dilaksanakan karena pihak yang bekerjasama dalam melaksanakan kegiatan promosi terdapat hambatan sehingga mengharuskan mengundur jadwal kegiatan promosi *personal selling*.

Setelah pelaksanaan di lakukan selanjutnya mengadakan evaluasi yang di lakukan oleh pihak Bagian Promosi. Evaluasi di Gembira Loka Zoo dilakukan dua kali yaitu jangka panjang dan jangka pendek. Jangka panjangnya adalah setiap satu tahun sekali dan jangka pendeknya setiap selesai melaksanakan kegiatan promosi *personal selling*. Dalam melakukan evaluasi terdapat dua hal yang di lakukan yaitu mengukur

keefektifan promosi *personal selling* yang dilakukan dan mengukur indikator keberhasilan kegiatan promosi *personal selling*.

Dalam kegiatan promosi yang mengutamakan alat bauran promosi pariwisata yaitu *personal selling* yang dilakukan, Gembira Loka Zoo dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada akhir tahun 2018 sudah berjalan dengan sangat baik. Hal itu terlihat dari jumlah pengunjung yang datang ke Gembira Loka Zoo pada tahun 2018 paling banyak dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Keunggulan dari alat *personal selling* yaitu interaksi secara langsung atau *face to face* inilah yang membuat calon pengunjung lebih tertarik dan lebih dapat menerima informasi dibandingkan dengan alat bauran promosi pariwisata lainnya. Dan setelah melakukan kegiatan promosi *personal selling* selalu banyak pengunjung yang datang ke Gembira Loka Zoo karena bekerjasama dengan dinas-dinas yang terdapat di berbagai kota di Indonesia. Sehingga Gembira Loka Zoo menyimpulkan bahwa pada tahun 2018 kegiatan promosi yang paling efektif dan efisien adalah melalui *personal selling*. Namun, terdapat juga beberapa hal yang kurang dilakukan pada saat kegiatan promosi *personal selling* berlangsung yang mesti diperbaiki dan ditambahkan agar kegiatan promosi *personal selling* dapat berjalan lebih baik kedepannya.

B. Saran

Dalam penelitian ini penulis menentukan beberapa yang perlu di perhatikan :

1. Dalam pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling*, seharusnya Gembira Loka Zoo menambah pihak dalam melaksanakan presentasi maupun memberikan informasi yaitu *salesman* atau wiraniaga. Karena di Gembira Loka Zoo yang melakukan kunjungan kegiatan *personal selling* kemanapun dan yang menyampaikan presentasi maupun menyampaikan materi semuanya dilakukan oleh Kepala Bagian Promosi dan Kepala Bagian Edukasi yang tugasnya sudah cukup banyak di Gembira Loka Zoo sehingga di takutkan pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling* akan kurang maksimal, karena mengendalikan beberapa tugas. Seharusnya Gembira Loka Zoo menambahkan *salesman* di dalam pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling*.
2. Dalam pelaksanaan kegiatan promosi *personal selling*, Gembira Loka Zoo tidak melakukan langkah tindak lanjut setelah kegiatan promosi dilakukan. Padahal seharusnya langkah tindak lanjut sangat perlu dilakukan untuk mencari tahu kepuasan peserta dan kesempatan untuk mendapatkan testimoni yang positif dari peserta kegiatan *personal selling*.
3. Seharusnya Gembira Loka Zoo setelah melakukan kegiatan promosi *personal selling* melakukan pameran dagang dengan menjual

berbagai macam *souvenir* maupun *merchandise* dengan harga miring sehingga para peserta kegiatan promosi *personal selling* lebih tertarik dan lebih senang dalam mengikuti kegiatan promosi *personal selling*.