

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah penulis paparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sehubungan dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung dalam menarik mahasiswa baru. Strategi promosi yang dilakukan oleh Akademi Kebidanan Bangka Belitung strategi dalam menarik mahasiswa baru khususnya pada tahun ajaran 2013-2014 dilakukan melalui kegiatan *promotional mix* yang dilakukan secara bersamaan.

Dalam hal ini kegiatan promosi dilakukan dengan melalui pemasangan iklan baik di media cetak maupun elektronik, *personal selling*, Publisitas melalui media massa, spanduk, brosur dan juga melalui website, serta promosi penjualan dengan melalui pameran pendidikan yang diisi dengan pembagian brosur, layanan informasi Akbid serta pelayanan pemeriksaan gratis oleh tenaga ahli dibantu oleh para mahasiswa Akbid. Ditinjau dari pelaksanaannya, penggunaan *promotional mix* dalam kegiatan promosi sudah sesuai hanya saja mungkin perlu dilakukan beberapa bentuk promosi lain yang lebih menarik dan beda dari biasanya.

Hingga saat ini evaluasi secara rinci terhadap pelaksanaan kegiatan promosi yang sudah dilakukan belum pernah dilakukan oleh Akbid Babel.

mendapatkan mahasiswa baru yang lebih banyak, tetapi belum melakukan evaluasi terhadap media promosi yang mereka gunakan efektif atau tidak untuk melakukan kegiatan promosi.

B. Saran

1. Akademi Bangka Belitung

- a. Sebaiknya promosi yang efektif lebih banyak dilakukan di sekolah – sekolah dengan bekerjasama dengan pihak sekolah sehingga siswa dapat bertanya dan mendapat jawaban langsung dari pihak Akbid sehubungan kegiatan promosi yang dilakukan tersebut dengan membuat jadwal kegiatan promosi, menyiapkan materi promosi serta membawa salah satu mahasiswa yang berprestasi untuk testimoni dan menarik minat siswa untuk mendaftarkan di Akbid Babel.
- b. Agar promosi berjalan efektif sebaiknya setiap tahun dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan masing – masing bentuk promosi tersebut serta dibuatnya penganggaran yang sistematis terencana untuk masing – masing bentuk kegiatan promosi sehingga dana atau anggaran untuk kegiatan promosi benar – benar jelas dan efektif serta memberi dampak yang positif sesuai dengan harapan yaitu bertambahnya jumlah pendaftara di Akbid Babel.
- c. Setiap tahun bentuk – bentuk kegiatan promosi khususnya materi

yang terlihat menarik dari aktivitas promosi tersebut. Misalnya isi materi iklan dan lain sebagainya.

- d. Sebaiknya promosi juga dilakukan melalui pemasangan *billboard* secara efektif dengan mempertimbangkan beberapa aspek seperti lokasi pemasangan, bentuk atau tampilan billboard serta waktu/jadwal pemasangan billboard sebagai media promosi.
- e. Adanya tim atau bagian yang khusus menangani masalah kegiatan promosi dan bertugas mengawasi dan mengevaluasi kegiatan promosi sehingga dapat diketahui efektif tidaknya serta kendala dalam pelaksanaan promosi.
- f. Melibatkan semua elemen/staff di Akbid untuk membantu kegiatan promosi dengan membantu menyebarkan brosur khususnya di lingkungan para staff tersebut tinggal dengan sedikit banyak membantu memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat mengenai keberadaan Akbid Babel.

2. Masyarakat

- a. Sebelum mendaftar, sebaiknya masyarakat/siswa meminta informasi secara lebih jelas kepada pihak Akademi Bangka Belitung berkenaan dengan informasi melalui promosi pendaftarana mahasiswa baru yang diperoleh melalui kegiatan promosi tersebut.

- b. Sebaiknya masyarakat melakukan survei untuk membandingkan baik fasilitas maupun kualitas antara Akbid Bangka Belitung dengan

B... Tim... T... lain... yang... ada di Akbid Babel sebelum