BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan judul "komunikasi strategi pemasaran lembaga kursus IFI Surabaya dalam menarik minat masyarakat Surabaya untuk mempelajari bahasa Perancis". Melalui beberapa kali observasi dan wawancara penulis mengetahui strategi komunikasi pemasaran IFI Surabaya dalam menarik minat masyarakat surabaya untuk mempelajari bahasa Perancis dengan melakukan *personal selling*, *sales promotion*, dan publikasi acara yang ditujukan ke khalayak maupun masyarakat umum. Penulis juga mengetahui bahwa IFI Surabaya melakukan promosi dengan mengadakan *trial class*, berbagai acara kecil sampai besar, serta memanfaatkan media massa dan media sosial. IFI Surabaya telah melakukan strategi pemasarannya dengan seinteraktif mungkin terhadap khalayak maupun masyarakat umum, agar khalayak maupun masyarakat umum Surabaya tertarik dan minat untuk mempelajari bahasa Perancis dengan mengikuti kelas pengajaran di IFI Surabaya.

5.2 Saran

IFI Surabaya merupakan lembaga kursus yang bergerak di bidang jasa yang memiliki kelebihan dan kekurangan di dalamya seperti halnya lembaga kursus lain. Dengan melihat serangkaian kegiatan yang IFI Surabaya lakukan dalam kegiatan komunikasi pemasaran nya, IFI Surabaya mampu menarik minat konsumen melalui kegiatan promosi yang dilakukan. Akan tetapi walau IFI Surabaya sudah

menggunakan strategi yang baik tetap saja diperlukan sebuah saran yang membangun baik dari siswa maupun calon konsumen nya , maka dari itu tidak ada salahnya penulis mencoba memberikan sedikit saran agar lembaga kursus IFI Surabaya dapat melakuka strategi komunikasi pemasaran dengan lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka saran yang dapat penulis berikan diantara lain sebagai berikut :

1. Hendaknya IFI Surabaya memberikan tambahan jadwal bagi siswa yang tidak dapat mengikuti jadwal kursus yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Dalam penelitian ini IFI Surabaya meggunakan bauran promosi yang beragam dan terbukti bahwa dengan *personal selling* IFI Surabaya dapat menggaet murid untuk belajar di IFI Surabaya. Hal ini bisa menjadi acuan atau refrensi bahwasan nya dengan meningkatkan skill *personal selling* karyawan tentu akan berdampak positif bagi perkembangan lembaga ini.
3. Promosi seharusnya bukan hanya di media sosial instagram dan website IFI Surabaya, melainkan harus mencoba mengembangkan promosi melalui aplikasi maupun jejaring sosial aplikasi chat seperi LINE, yang nantinya akan membantu menaikan popularitas IFI Surabaya.