

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari keseluruhan uraian per bab yang telah dikemukakan oleh penulis, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa:

1. Yayasan E.T.W. sudah cukup dikenal masyarakat, karena E.T.W. sendiri telah ada sejak tahun 1960-an.
2. Dari kuesioner yang disebar kepada siswa-siswi yang mengikuti kursus di Yayasan E.T.W. diketahui bahwa 60,6 % dari mereka mendapatkan informasi mengenai E.T.W. dari keluarga. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar orang tua menaruh kepercayaan yang besar kepada E.T.W. sebagai tempat kursus bahasa Inggris yang baik.
3. Fasilitas yang disediakan sudah cukup baik untuk membantu siswa-siswi dalam mempelajari bahasa Inggris.
4. Kelemahan yang terdapat di Yayasan E.T.W. dibidang pengiklanan adalah kurang gencarnya pengiklanan dan kurang meratanya media iklan yang digunakan, sehingga ruang lingkup dari pasar sasaran Yayasan E.T.W. hanya terbatas pada lingkup yang kecil.
5. Dalam menghadapi pesaing, Yayasan E.T.W. tidak lagi berspesialisasi hanya di kursus bahasa Inggris saja, tetapi juga sudah mulai membuka kelas untuk kursus MIPA dan bahasa Mandarin.

Adapun saran yang ingin disampaikan penulis kepada Yayasan E.T.W. adalah:

1. Memang ada sesuatu yang harus dikorbankan apabila kita ingin mencapai sesuatu yang lebih besar. Dalam hal ini, jika Yayasan E.T.W. ingin dapat berkembang dengan lebih pesat lagi maka jangan ragu untuk menambah sejumlah biaya untuk membiayai pengeluaran iklan. Contohnya: memakai kembali media iklan dengan menggunakan spanduk, iklan di radio bisa menggunakan stasiun radio yang acaranya menjangkau anak-anak dan remaja sehingga dapat efektif.
2. Keputusan untuk menggunakan media-media iklan tertentu dalam melakukan pengiklanan tidak dapat diputuskan secara gegabah, melainkan tetap berdasar pada teori-teori yang sudah dikemukakan pada Bab II seperti mengenai memilih pasar sasaran dengan tepat, pemilihan strategi media, merancang iklan yang efektif, juga selalu menganalisis apakah media iklan yang dipergunakan dapat meningkatkan efektivitas iklan itu sendiri.
3. Kebijaksanaan dalam melakukan kegiatan pengiklanan baik dalam soal biaya, pemilihan media iklan, rancangan iklan yang baik, dan pasar sasaran yang tepat akan memberikan manfaat bagi Yayasan E.T.W. yaitu efisiensi dalam hal pembiayaan iklan dan juga efektif dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai.