BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Home Schooling Group Khoiru Ummah I Bogor bernaung dibawah Yayasan el-Diina berdiri kurang lebih tiga tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2007. Yayasan ini bergerak di bidang pendidikan, yayasan dengan konsep peduli ibu dan generasi. Beranjak dari rasa prihatin terhadap peranan ibu yang makin hari makin luntur akibat dari persepsi yang kurang tepat tentang perananan ibu dalam keluarga. Yayasan ini memandang bahwa tugas utama seorang ibu adalah bertanggung jawab terhadap manajemen keluarga dan pendidikan anak. Tugas mencari nafkah ada di pundak ayah sebagai kepala keluaarga. Ibu dapat membantu perekonomian keluarga jika memang kondisi keluarga yang mengharuskan demikian, jadi sifatnya adalah membantu, bukan kewajiban, apalagi untuk kesetaraan dengan alasan independensi terhadap suami, tidak mau tergantung secara finansial terhadap suami.

Penggagas yayasan ini adalah ibu Emmi Khairani. Dengan no SK Menteri Hukum dan HAM RI No. C-2986.HT.01.02.th2007. Dengan Nomor NPWP : 02.740.2148-404.000 . Yayasan el-Diina Center beralamat di Kompleks IPB II Sindang Barang Jl. Ganimedes Blok H No.7 Dramaga Bogor 16680. Kemudian satu tahun kemudian, beliau dan tim mulai merintis konsep Home schooling group, dengan nama Khoiru Ummah yang beralamat di Jl. Raden Kanan RT 005/RW004 Kelurahan Tanah Baru, Bogor Utara, Kota Bogor, siswa pertama adalah tiga orang anak beliau sendiri. Dan sekarang setelah

kurang lebih dua tahun berjalan, jumlah murid di HSG KU sebanyak 63 siswa, mulai dari kelas satu sampai kelas enam. Yayasan el- Diina ini juga sekarang sedang merintis SMP dengan konsep *boarding school*.

Yayasan el-Diina sampai dengan saat ini memiliki cabang SD sebanyak 23 titik di berbagai kota besar di Indonesia. Adapun visi dan misi yayasan el-Diina adalah sebagai berikut :

Visi

Menjadi yang terdepan dalam mewujudkan ibu tangguh dan generasi pemimpin berbasis aqidah Islam.

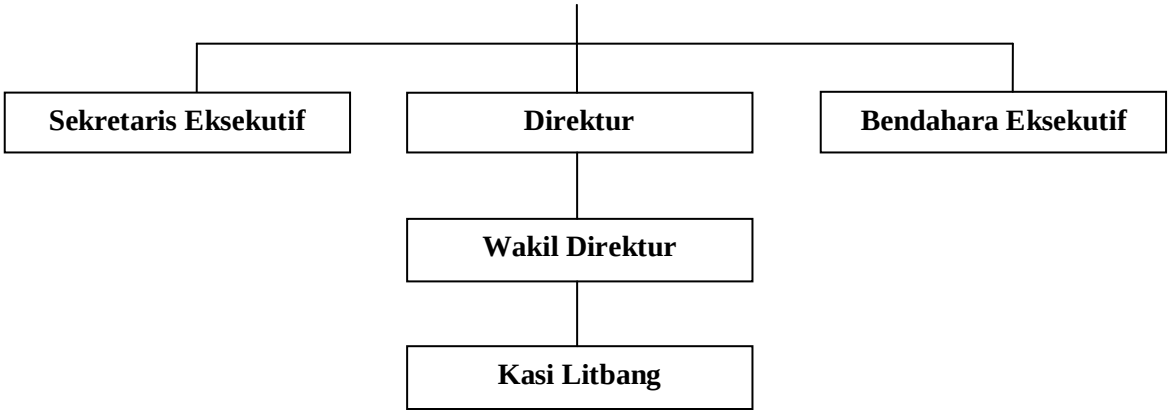
Misi

1. Membangun kesadaran dan kemampuan ibu menjadi pepdidik pertama dan utama.
2. Mengenal, membangun dan mengembangkan seluruh potensi anak secara optimal dengan memberdayakan ibu dan anggota masyarakat.
3. Menganalisis situasi dan pekembangan ibu dan anak.
4. Menyebarluaskan informasi tentang pendidikan ibu tangguh generasi pemimpin.
5. Memberikan pelayanan konseling dan konsultasi tentang ibu tangguh generasi pemimpin, pendidikan dan gizi.
6. Memberikan masukan dan rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dan peduli dengan pendidikan.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur perusahaan pada yayasan el-Diina adalah sebagai berikut :

Penanggung Jawab Program



Gambar 4.1

Struktrur Organisasi

Lembaga Home Schooling Group KhoirunUmmah I Bogor

4.1.3 Job Description

Adapun penjelasan dari job description pada el-Diina adalah sebagai berikut :

1. Penanggung Jawab Program :

a. Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang ada di yayasan el-Diina

b. Memimpin, mengarahkan serta memonitor seluruh aktifitas kerja panitia.

c. Bersama dengan sekretaris dan bendahara menyusun anggaran yayasan.

d. Memimpim rapat umum yayasan.

e. Bertanggung jawab kepada yayasan dan bersama dengan sekretaris dan bendahara membuat laporan secara tertulis.

2. Direktur :

a. Memimpin seluruh pengurus lembaga.

b. Memimpin rapat, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib, menentukan urutan agenda, menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.

c. Bertindak sebagai perwakilan yayasan dalam hubungannya dengan dunia luar

d. Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh yayasan atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu, yang diputuskan, dalam rapat yayasan.

e. Menjalankan tanggung jawab dari yayasan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh yayasan.

3. Wakil Direktur :

a. Menggantikan direktur yayasan apabila yang bersangkutan berhalangan.

b. Memimpin, mengarahkan dan mengordinir serta memonitor kerja seksi di bawahnya.

c. Memimpin rapat bidang.

d. Menggantikan ketua bidang lainnya, apabila yang bersangkutan berhalangan.

e. Bertanggung jawab kepada direktur yayasan.

4. Sekretaris Eksekutif :

a. Bersama dengan penanggung jawab program memimpin, mengarahkan an mengordinir serta memonitor seluruh aktifitas yayasan.

b. Membuat dan menandatangani surat keluar.

c. Mempersiapkan rapat-rapat yayasan.
d. Bersama dengan penaggung jwab program dan bendahara menyusun dan menetapkan anggaran yayasan.
e. Bersama penanggung jawab program mewakili panitia keluar.
f. Bersama penanggung jawab program dan bendahara membuat laporan pertanggungjawaban secara tertulis kepada yayasan.

5. Bendahara Eksekutif

a. Bersama penanggung jawab program dan sekretaris menyusun dan menetapkan anggaran yayasan.
b. Mengelola keuangan yayasan.
c. Mengeluarkan uang dengan sepengetahuan direktur, penanggung jawab program dan sekretaris.
d. Memonitor dan mengontrol usaha-usaha pencarian dana yang dilakukan.
e. Menyusun laporan keuangan panitia yang dibacakan setiap rapat umum yayasan.

6. Kasi Penelitian dan Pengembangan

a. Bertanggung jawab terhadap penyusunan kurikulum dengan basis kompetensi yang di susun oleh yayasan.
b. Mengadakan penelitian dan perkembangan untuk kemajuan pendidikan dengan basis kompetensi yayasan.
c. Membentuk tim kurikulum dan bertanggung jawab terhadap penyusunan kurikulum
d. Mengontrol jalannya pelaksanaan kurikulum, dan memonitor ketercapaian target kurikulum.

e. Mengadakan kegiatan-kegiatan pendidikan dalam yayasan.

4.1.4 Aspek Perusahaan

Yayasana El Diina bergerak di bidang pendidikan. Yayasan ini mempunyai beberapa bidang kegiatan, yaitu :

1. Penelitian dan pengembangan bidang Ibu-Anak.
2. Pusat kajian keislaman Ibu-Anak prabaligh dan baligh.
3. Diklat, Training, Workshop, Seminar, Sanlat, dan wisata Edukatif.
4. Menyelenggrakan dan membina Pendidikan anka Usia Dini Berbasis Aqidah Islam dan Home Schooling Group.
5. Kursus keterampilan bahasa (Inggris dan Arab).
6. Melayani konsultasi pendidikan dan gizi.
7. Menyediakan dan memasarkan perlengkapan kegiatan belajar mengajar.
8. Opini media (Informasi dan Komunikasi).
9. Menyelenggarakan Pendidikan Guru Anak Usia Dini berbasis Aqidah Islam.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Analisis Pelaksanaan Bauran Promosi pada HSG Khoiru Ummah

Dalam upaya memasarkan ide HSG terhadap konsumen, HSG Khoiru Ummah menjelaskan program-programnya melalui promosi periklanan, promosi penjualan, *public relation*, penjualan tatap muka, dan pemasaran langsung. Agar lebih jelas dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada HSG Khoiru Ummah I Bogor

Metode	Media
Periklanan	Brosur Website
Promosi Penjualan	Penawaran Harga
Hubungan Masyarakat	Sosialisasi HSG Khoiru Ummah Seminar Diklat Orang Tua dan Praktisi Pendidikan
Penjualan Tatap Muka	Pertemuan Penjualan
Direct Marketing	Telepon Email

Sumber : Lamb, Hair, McDaniel (2001:146)

Pelaksanaan Bauran pemasaran pada HSG Khoiru Ummah I Bogor adalah sebagai berikut :

1. Periklanan

a. Brosur

Untuk media promosi dengan menggunakan media cetak, HSG Khoiru Ummah I Bogor menggunakan brosur. Brosur ini biasanya dibagikan pada saat sosialisasi, diklat orang tua dan praktisi pendidikan, dan biasanya brosur ini dapat diminta sehingga dapat disebarkan di kota-kota lain. Penyebaran ini juga dilakukan oleh cabang-cabang HSG Khoiru Ummah di sejumlah kota yang terdapat HSG Khoiru Ummah.

Brosur ini berisi tentang HSG Khoiru Ummah, yaitu :

1. Sekilas tentang HSG Khoiru Ummah

   Dalam konten ini dijelaskan sekilas tentang program pendidikan HSG Khoiru Ummah, kurikulum, dan tujuan HSG Khoiru Ummah.

2. Profil lulusan HSG Khoiru Ummah

   Dalam profil HSG Khoiru Ummah, diterangkan tentang *output* lulusan, yaitu berkepribadian Islam, *Faqih fiddin* (paham dalam agama, apat meyelesaikan masalah melalui cara pandang agama), terdepan dalam sains dan teknologi, dan berjiwa pemimpin.

3. Tujuan pendidikan HSG Khoiru Ummah

   Secara garis besar tujuan pendidikan HSG Khoiru Ummah tercantum dalam bagian ini dimana HSG Khoiru Ummah bertujuan mempersiapkan generasi kepribadian Islam,

penghafal Al-Quran, faqih fiddin, inovatif, kreatif, berjiwa pemimpin, dan sebagai umat terbaik ditengah masyarakat.

4. Kurikulum HSG Khoiru Ummah

   Dalam konten ini dijelaskan mengenai kurikulum yang diterapkan oleh HSG Khoiru Ummah, yaitu kurikulum dasar yang berisi menghafal al Quran minimal 3 juz, dan bahasa (Indonesia, Inggris dan Arab). Kemudian kurikulum inti, yaitu aqidah, syari'ah, dakwah, sejarah rasul dan sejarah peradaban Islam. Kemudian yang terakhir adalah kurikulum penunjang, yaitu matematika, sains, geografi dan ekstrakulikuler.

5. Keunggulan metode pendidikan HSG Khoiru Ummah

   Keunggulan metode pendidikan HSG Khoiru Ummah diterangkan dalam segmen ini, dimana secara gasris besar adalah membangun pola pikir yang islami, metode mengajar guru yang disesuaikan dengan tingkat berfikir anak, suasana belajar mengajar yang kondusif, dimana jumlah murid maksimal 15 siswa, kerjasama antara guru dan orang tua, dan waktu belajar 5 hari dalam sepekan dari hari senin sampai hari jumat pukul 07.00 sampai 14.00 wib.

6. Keunggulan HSG Khoiru Ummah

   Keunggulan yang ditawarkan HSG Khoiru Ummah dijelaskan dalam bagian ini, yaitu anak-anak penghafal al Quran dan berbahasa yang baik, serta semua pelajaran berpengaruh terhadap perilaku anak.

7. Tempat pendaftaran di berbagai cabang

   Dalam bagian ini terdapat alamat-alamat HSG Khoiru Ummah baik, pusat di Bogor, maupun di kota besar lainnya. Terdapat 19 alamat HSG Khoiru Ummah diberbagai kota besar di Indonesia.

8. Jadwal pendaftaran

   Jadwal pendaftaran dicantumkan di bagian ini dengan 2 gelombang pendaftaran.

9. Alamat pusat

   Konten ini berisi alamat yayasan el-Diina pusat di daerah Bogor, nomor telepon dan email yang dapat dihubungi untuk mencari informasi yang terkait dengan HSG Khoiru Ummah atau yayasan.

Pelaksanaan promosi melalui media brosur ini cukup efektif, karena Biasanya brosur ini di sebarkan, baik pada saat kegiatan sosialisasi *Home Schooling Group*, seminar, diklat guru dan praktisi pendidikan, maupun pada saat diluar kegiatan tersebut. Biasanya di masing-masing cabang di kota-kota lainnya juga menyebarkan brosur pada orang-orang terdekat, atau yang memiliki potensi untuk tertarik. Misalnya pada orang tua yang memiliki anak usia pra baligh, praktisi pendidikan, maupun personal yang tertarik dengan konsep *Home Schooling Group.*

Dengan media ini masyarakat dapat mempelajari sekilas tentang *Home Schooling Group*, dan dapat bertanya langsung jika berada dalam kegiatan, atau menghubungi telepon atau email yang tertera pada brosur. Media brosur ini juga biasa digunakan ketika melakukan pertemuan penjualan, pemasar biasanya membawa brosur untuk diterangkan atau dijelaskan kepada target pemasaran.

b. Web site

HSG Khoiru Ummah menggunakan media elektronik sebagai sarana promosi, yaitu web site dengan alamat www.el-diina.com. Karena HSG Khoiru Ummah dibwah naungan yayasan

el-Diina, maka websitenya tergabung dalam yayasan el-Diina. Dalam web site ini berisi informasi yang terkait dengan kegiatan yayasan, diantaranya :

1. Beranda

   Dalam konten Beranda berisi tentang kegiatan terkini yang diadakan atau diikuti oleh yayasan el-Diina, misalnya kegiatan seminar sehari yang membahas tentang pendidikan Sekolah Dasar Berbasis Akidah Islam, pelatihan manasik haji yang diikuti oleh siswa-siswa Khoiru Ummah, dan lainnya.

   Kemudian dalam konten Beranda juga berisi tentang artikel yang terkait dengan pendidikan, polling mengenai kualitas pendidikan formal di Indonesia, dan agenda kegiatan tahun ajaran 2009-2010.

2. Tentang kami

   Konten Tentang Kami berisi alamat sekretariat dan pusat yayasan, nomor telepon, email, logo dan makna dari loga yayasan, motto yayasan, profil yayasan, visi dan misi yayasan, serta bidang kegiatan yayasan.

3. Program

   Dalam kontent website Program, memuat mengenai HSG, yang berisi tentang latar belakang, tujuan pendidikan, metode pendidikan, materi pelajaran, waktu belajar, dan profil lulusan HSG Khoiru Ummah.

   Selain mengenai HSG Khoiru Ummah, juga memuat tentang Lembaga Pelatihan keterampilan Tenaga Pendidik Anak Usia Dini (LPKT PAUD), yang memberikan informasi tentang latar belakang, visi dan misi, tujuan LPKT PAUD, kurikulum, deskripsi materi kuliah per semester, program pendidikan, syarat pendaftaran dan informasi tentang tempat pendaftaran.

Program Pendidikan Anak Usia Dini juga masuk dalam konten ini, diman berisis mengenai pengertian PAUD Berbasisi Akidah Islam, tujuan umum dan khusus bagi anak, ibu dan masyarakat, bentuk kegiatan, dan materi pengajaran.

4. Hubungi kami

   Konten Hubungi Kami berisi mengenai nomor yang bisa di kontak dan alamat email

5. *Resource*

   Konten Resource membahas mengenai agenda kegiatan tahun ajaran 2009-2010 yang telah disesuaikan dengan kalender Diknas per semesternya.

Media periklanan melalui web site ini merupakan media yang cukup efektif digunakan, karena masyarakat dapat mengaksesnya dari manapun. Tetapi website yayasan el-Diina ini, jarang di *maintenance*, jarang diperbaharui isi beritanya, kurang *up-date*, tentang kegiatan terkini yang diadakan oleh yayasan.

Artikel-artikel dan gambar yang dimuat pun relatif sedikit, dan tidak di *update*. Sehingga bagi masyarakat yang mencari informasi, seluk beluk konsep *Home Schooling Group*, informasi tentang perkembangan HSG Khoiru Ummah di kota-kota lain, kurang memuaskan. Sehingga media website ini menjadi kurang efektif untuk memasarkan ide *Home Schooling Group*.

2. Promosi Penjualan

a. Harga

Dalam acara sosialisasi HSG Khoiru Ummah atau di acara Diklat orang tua dan praktisi pendidikan, diterangkan juga tentang penawaran harga yang ditawarkan oleg HSG Khoiru

Ummah. Biaya yang dibutuhkan untuk pendaftaran, uang pangkal, seragam HSG Khoiru Ummah, uang SPP, program gizi dan parenting bulanan, dan lainnya.

Bentuk penawaran harga yang ditawarkan oleh HSG Khoiru Ummah, yaitu :

1. Mencicil biaya sekolah

   Biaya HSG Khoiru Ummah dapat dicicil sesuai dengan kesepakatan antara pihak orang tua siswa dan pihak HSG Khoiru Ummah.

2. Keringanan biaya

   Bagi orang tua siswa yang kurang mampu, dapat mengajukan atau meminta keringana biaya kepada pihak HSG Khoiru Ummah, dimana jumlah keringanan yang diberikan sesuai dengan kesepakatan antara pihak orang tua dengan pihak HSG Khoiru Ummah.

Promosi penjualan dengan menggunakan daya tarik dari aspek harga merupakan salah satu promosi yang menarik bagi komsumen. Harga yang ditawarkan oleh HSG Khoiru Ummah relatif bersaing dengan Sekolah Dasar Islam Terpadu, tetapi memang jika dibandingkan dengan Sekolah Dasar Negeri memang relatif mahal.

Tetapi bagi orangtua atau konsumen yang memang mencari alternatif kurikulum yang berbeda dengan kurikulum Sekolah Dasar konvensional, dapat menjadi pilihan tersendiri. Bagi calon konsumen yang kurang mampu dapat didiskusikan dengan pihak HSG tentang jalan keluarnya. Menurut penulis ini merupakan daya tarik promosi tersendiri.

3. Hubungan Masyarakat

Media promosi melalui hubungan masyarakat yang digunakan untuk mempromosikan konsep Home Schooling Group ini adalah :

a. Sosialisasi HSG Khoiru Ummah

Sebelum tahun ajaran baru, HSG Khoiru Ummah I Bogor, biasanya mengadakan program sosialisasi HSG Khoiru Ummah. Dalam program sosialisasi HSG Khoiru Ummah, diterangkan tentang keberadaaan HSG Khoiru Ummah I Bogor dengan berbagai program unggulan, seperti tentang filosofi pendidikan yang terintegrasi antara sistem pengajaran di rumah dan di sekolah HSG Khoiru Ummah, tentang profil lulusan HSG Khoiru Ummah, tujuan pendidikan HSG Khoiru Ummah.

Selain itu juga dikenalkan tentang keunggulan metode belajar dengan menggunakan metode kurikulum *Home schooling group*, serta peranan vital orang tua khususnya ibu sebagai pendidik pertama dan utama bagi anak, melejitkan prestasi tanpa beban, cerdas dengan bahasa, dan konsentrasi melalui program hafalan Al-Quran. Dalam program sosialisasi diakhiri dengan sesi tanya jawab, dimana peserta yang hadir dapat bertanya tentang hal-hal yang mereka ingin ketahui.

b. Seminar

Selain sosialisasi program, HSG Khoiru Ummah juga melakukan seminar yang kontennya kurang lebih sama dengan program sosialisasi. Seminar dan seminar ini biasanya diadakan jika ada permintaan atau jika akan membuka cabang HSG Khoiru Ummah di kota lain.

c. Diklat orang tua dan praktisi Pendidikan

Setelah ada sosialisasi atau seminar tentang HSG Khoiru Ummah, selanjutnya adalah mengikuti Diklat Orang tua dan Praktisi pendidikan. Hal ini diadakan karena adanya persepsi yang harus disamakan antara filosofi pendidikan dan kurikulum HSG Khoiru Ummah dengan orang tua dan calon guru. Dalam diklat ini juga ada *micro teaching* dan *workshop* proses belajar mengajar dengan basis kompetensi HSG Khoiru Ummah.

Menurut penulis, media promosi inilah yang paling efektif dalam mempromosikan ide *Home Schooling Group*, karena masyarakat banyak tertarik setelah mengikuti sosialisasi atau seminar. Karena dalam sosialisasi dan seminar, peserta mendengarkan penjelasan secara langsung dari nara sumber, dan dapat langsung bertanya. Dalam kegiatan ini pula dapat di lihat *feed back* dan tanggapan dari peserta. Keingin tahuan peserta pun relatif terpenuhi. Sesudah acara sosialisasi dan seminar biasanya banyak peserta yang tertarik, baik untuk sekedar menyelami lebih jauh, memasukan anaknya ke dalam HSG, atau membuka cabang di daerahnya.

4. penjualan tatap muka

a. Pertemuan Penjualan

Dalam promosi penjualan tatap muka, cara pertemuan penjualan dengan orang tua calon murid merupakan salah satu metode promosi. Biasanya cara ini ditempuh jika ada calon orang tua siswa yang tertarik, tapi masih belum merasa yakin dengan konsep *home schooling*. Biasanya calon orang tua siswa khawatir dengan aspek legalitas dan ingin lebih tahu lebih dalam tentang konsep *home schooling group* ini.

Biasanya pihak HSG Khoiru Ummah membuat jadwal untuk bertemu dengan pihak yang ingin ditemui, dapat bertemu di kantor HSG Khoiru Ummah, ke tempat pihak yang meminta informasi atau di tempat lain yang disepakati oleh kedua belah pihak.

Media pertemuan penjualan juga merupakan salah satu media yang efektif untuk mempromosikan konsep Home Schooling Group. Yang dilakukan pemasar biasanya melakukan pertemuan penjualan untuk mengajak calon konsumen, baik untuk langsung mempromosikan HSG maupun untuk mengajak ke acara sosialisasi atau seminar.

Media ini relatif efektif karena seperti halnya seminar dan sosialisasi, calon konsumen dapat bertanya langsung dan lebih jelas mengenai konsep HSG kepada pemasar, dan terjadi hubungan timbal balik, dimana pemasar dapat mengetahui langsung respon dari calon konsumen, dan konsumen pun rasa ingin tahunya terpuaskan.

5. *Direct Marketing*

a. Telepon

Telepon adalah salah satu sarana penjualan langsung yang digunakan oleh HSG Khoiru Ummah I. Adapun nomor telepon yang dapat dihubungi adalah HSG Khoiru Ummah I Bogor, Ibu Emmi Khairani 081210563541, atau el-Diina center 0251-2152975 / 081218929199.

Media pemasaran telepon ini digunakan oleh HSG Khoiru Ummah I Bogor sebagai :

a) Sebagai media bagi pihak HSG Khoiru Ummah untuk menghubungi calon orang tua siswa atau menghubungi pihak-pihak lain.
b) Sebagai media pemasaran lewat telepon.
c) Sebagai media komunikasi antara pihak HSG Khoiru Ummah dengan konsumen atau pihak lainnya.
d) Sebagai media periklanan yang dapat mempromosikan HSG Khoiru Ummah.
e) Sebagai media transaksi.
f) Media mencari informasi bagi calon orang tua siswa atau pihak-pihak yang membutuhkan.
g) Media untuk membuat janji untuk kebutuhan pertemuan penjualan.
h) Sebagai media untuk melayani permintaan sosialisasi, seminar, atau program Diklat.

i) Sebagai media konsultasi.

Sarana penjualan langsung dengan menggunakan telepon relatif efektif untuk mempromosikan ide Home Schooling Group. Karena menurut penulis dengan media ini calon konsumen dapat bertanya langsung kepada pemasar. Karena dalam memasarkan konsep yang dibutuhkan adalah komunikasi dua arah, sehingga calon pembeli dapat menggali konsep yang belum begitu dikenal atau masih asing.

b. Email

Sarana pemasaran langsung lainnya yang digunakan oleh HSG Khoiru Ummah adalah media Email. Fungsi email ini sama dengan telepon, perbedaannya, jika telepon *feed back* langsung dapat ditanggapi, tapi jika email harus menunggu terlebih dahulu untuk menunggu *feed back.*

Email ini berfungsi diantaranya :

a) Sebagai media bagi pihak HSG Khoiru Ummah untuk menghubungi calon orang tua siswa atau menghubungi pihak-pihak lain.
b) Sebagai media pemasaran lewat media surat elektronik.
c) Sebagai media komunikasi antara pihak HSG Khoiru Ummah dengan konsumen atau pihak lainnya.
d) Sebagai media periklanan yang dapat mempromosikan HSG Khoiru Ummah.
e) Sebagai media transaksi.

f) Media mencari informasi bagi calon orang tua siswa atau pihak-pihak yang membutuhkan.

g) Media untuk membuat janji untuk kebutuhan pertemuan penjualan.

h) Sebagai media untuk melayani permintaan sosialisasi, seminar, atau program Diklat.

i) Media konsultasi

Adapun alamat email yang dapat dihubungi adalah : hsgsdku_eldiina@yahoo.co.id atau dapat melalui email yang tersedia di website www.el-diina.com

Sarana pemasaran langsung dengan menggunakan media website untuk promosi yang digunakan oleh HSG Khoiru Ummah, menurut penulis kurang efektif, karena, karena jarang yang bertanya mengenai informasi tentang HSG Khoiru Ummah, calon konsumen yang tertarik biasanya menggunakan media telepon atau bertemu langsung dengan pemasar.

Media email biasanya lebih banyak digunakan untuk mengirim file yang dibutuhkan oleh cabang di kota lain, mengirim bahan untuk *hand out* pada sosialisasi, seminar dan diklat.

Dari hasil analisa yang dilakukan dari beberapa media bauran promosi, maka media yang paling efektif adalah promosi yang bersifat komunikasi dua arah, seperti media periklanan dengan menggunakan brosur, hubungan masyarakat, penjualan tatap muka, dan penjualan langsung dengan media telepon. Hal ini dikarenakan konsep *Home Schooling Group* yang masih relatif baru, sehingga dibutuhkan komunikasi interaktif antara tenaga pemasar dan calon konsumen, untuk mendapatkan informasi selengkap-lengkapnya.

4.2.2 Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan bauran promosi pada HSG Khoiru Ummah I Bogor.

Hambatan dalam pelaksanaan bauran pemasaran pada HSG Khoiru Ummah I Bogor adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat masih merasa asing dan awam dengan konsep Home schooling Group dan masih mempertanyakan aspek legalitas dari sekolah dengan metode ini.
2. Kurangnya Sumber daya manusia di HSG Khoiru Ummah I Bogor dan Yayasan el-Diina dalam mempromosikan konsep HSG Khoiru Ummah.
3. Beberapa tenaga pemasaran yang kurang memahami konsep Home Schooling Group, sehingga kesulitan pada saat mempromosikan HSG.
4. Masih terbatasnya media promosi yang digunakan oleh HSG Khoiru Ummah I Bogor dalam mempromosikan konsepnya.

4.2.3 Penanggulangan hambatan-hambatan Pelaksanaan Bauran Promosi pada HSG Khoiru Ummah I Bogor.

Penanggulangan terhadap kendala-kendala yang dihadapi oleh HSG Khoiru Ummah I Bogor adalah sebagai berikut :

1. HSG Khoiru Ummah lebih gencar lagi dalam mempromosikan konsep HSG Khoiru Ummah kepada masyarakat luas.
2. Adanya kaderisasi sumber daya manusia untuk mempromosikan konsep HSG Khoiru Ummah.
3. Adanya pelatihan untuk tenaga pemasar, sehingga dalam mempromosikan konsep Home Schoolong Group tenaga pemasar menguasai materi yang akan dipromosikan.
4. Berusaha memaksimalkan media promosi yang bersifat komunikasi dua arah untuk perkembangan HSG Khoiru Ummah, dan memperbaharui media-media promosi pendukung, seperti website.