

BAB. VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melihat pengumpulan data questioner dan menganalisisnya dengan skala familiaritas dan skala favorabiliti, dan membandingkannya dengan tinjauan pustaka, serta melihatnya dari segi perspektif Alkitabiah dan teologis maka dapat disimpulkan bahwa Gereja yang menekankan faktor promosi/pemasaran dalam pelaksanaan program kegiatannya, diharapkan memiliki kesimpulan dan beberapa kelebihan sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa tesis ini menunjukkan gereja belum melakukan faktor promosi program gereja secara optimal, tetapi pengenalan dan pengetahuan (dari skala familiaritas dan favorabiliti) menunjukkan gereja setuju dan positif akan hal promosi program kegiatan gereja di dalam kegiatan gerejanya (angka di atas 50%) dan tiap gereja memakai sarana promosi program gereja yang berbeda sesuai kondisi dan keadaan gerejanya masing-masing (skala perbandingan lihat lampiran 3).
2. Dengan perencanaan promosi yang arif dan melaksanakannya dengan Kehendak Tuhan maka diharapkan jumlah pengunjung akan bertambah, dengan demikian pula jumlah anggota baru dan jumlah orang yang menerima Kristus sebagai Juruselamat mereka sehingga Gereja akan bertumbuh secara kuantitas (angka/jumlah) dan kualitas (pertobatan dan lahir baru).

3. Gereja yang melakukan faktor promosi/pemasaran diharapkan para Pendeta, hamba Tuhan, pemimpin gereja, pekerja, dan jemaat memperoleh pengertian yang lebih mendalam mengenai pelayanan Gereja. Dengan perencanaan kampanye pemasaran dan promosi yang tepat maka gereja akan mengatasi kesulitan seperti tidak adanya pengertian yang jelas tentang arah dan tujuan pelayanannya. Gereja dapat memerinci secara spesifik sasaran, sumber daya, masalah, kesempatan, strategi dan taktik gereja. Dengan pertumbuhan gereja dengan adanya potensi yang keluar dan sumber daya yang memadai maka akan mengurangi beban yang muncul buat pendeta yang hanya bekerja sendirian dan menekan beban frustrasi para pendeta.
4. Dengan adanya promosi, Gereja dapat lebih mudah mencari dan mengenali orang-orang atau sumber daya lain yang dapat diperbantukan untuk program yang lebih besar dan kompleks. Akan muncul potensi-potensi dari anggota-anggota, jemaat dalam gereja yang menekankan pada promosi program kegiatan gereja secara tidak langsung dan ini menjadikan mereka pemimpin-pemimpin baru di kemudian hari atau untuk program yang dijalankan gereja. Akan banyak karunia yang muncul melengkapi Gereja tersebut dan tidak ada anggota Gereja yang memperoleh semua karunia Roh secara lengkap dan karena itu tidak ada pula anggota Gereja yang dapat melakukan segala sesuatu di dalam Gereja¹.

¹ J. L. Ch. Abineno, *Pokok-pokok penting dari Iman Kristen*, (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2001) 199.

5. Gereja mempunyai komunikasi yang lebih baik secara intern maupun ekstern akan mempunyai pengenalan akan visi yang menyertai rencana kegiatan program gereja serta mempunyai kepekaan dan hubungan yang selalu erat dengan lingkungannya, dan dapat lebih mengenal permasalahan, orang-orang, dan kesempatan yang ada serta memungkinkan gereja menyusun berbagai program dan cara komunikasi yang lebih relevan dengan kebutuhan orang-orang di lingkungan itu. Melalui pendekatan berencana terhadap pesan yang gereja sampaikan kepada masyarakat yang menjadi sasaran gereja (bukan selalu kotbah, melainkan melalui iklan, berbagai acara, dan interaksi yang nyata lainnya) maka dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas komunikasi gereja untuk mengembangkan citra yang diinginkan dan lebih kuat membujuk orang lain untuk memperhatikan apa dan bagaimana sebenarnya gereja dan manfaat yang ditawarkan gereja (iman, pertobatan, keselamatan dll).
6. Karena pengertian gereja tentang masyarakat di sekeliling gereja dan perspektif keluar yang timbul karena orientasi promosi dan pemasaran maka gereja akan menyadari kehadiran Kristus, dan akan menyediakan pilihan bagi orang yang sedang mencari gereja dan menuai manfaat dari para anggota gereja yang secara pribadi mau lebih banyak ikut terlibat dalam menjangkau jiwa-jiwa itu Gereja dapat lebih menjangkau masyarakat secara lebih luas.

7. Pada saat gereja mulai mendapat visi dan makin mengerti rencana pemasaran gereja maka anggotanya dapat melakukan pelayanan pribadi yang lebih berarti dan lebih bertanggung jawab.
8. Begitu kegiatan promosi program kegiatan gereja mulai berakar, maka gereja pasti merasakan suatu suasana yang berbeda dalam gereja, orang akan lebih bisa mendefinisikan secara lebih baik apa tujuan dari bergereja itu dan suasana akan lebih positif, hangat dan lebih yakin akan dirinya sendiri.

Dengan melihat kelebihan-kelebihan yang muncul dari promosi gereja, maka penulis memberikan saran-saran agar gereja modern haruslah mempunyai beberapa dasar pemikiran untuk pemasaran gereja jaman sekarang yaitu:

- a. Menganggap Gereja adalah suatu kegiatan organisasi yang memandang faktor promosi merupakan suatu sarana untuk pelayanan dan pertumbuhan dalam setiap program kegiatan gerejanya dan harus dijalankan secara hikmat dan mempunyai tujuan yang jelas serta dikelola secara efisien dan senantiasa bergerak maju ke arah sasaran yaitu mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya yaitu menyelamatkan jiwa-jiwa dan memupuk orang-orang yang percaya.
- b. Gereja diharapkan mempunyai perspektif promosi program kegiatan gereja yang jelas untuk menjangkau pasar/seluruh dunia jiwa-jiwa bagi Kristus. Bila tidak, maka gereja telah menghilangkan kesempatan dan tidak memanfaatkan

- kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal (keuntungan pelayanan) dalam kaitannya dengan pertumbuhan dan pengembangannya.
- c. Tidak selalu gereja yang menekankan pada promosi program kegiatan gereja itu berarti gereja akan segera runtuh secara total, tetapi hanya saja gereja itu tidak akan dapat memanfaatkan kesempatan-kesempatan yang sudah tersedia bagi pertumbuhan dan pemberitaan keluar.
 - d. Gereja dapat memakai sarana, alat dan metode promosi dalam mempromosikan Kerajaan Allah dan eksistensiNya di dunia ini serta menawarkan kepada manusia untuk menerima keselamatan yang satu-satunya dapat diberikan olehNya.
 - e. Faktor promosi kegiatan program gereja tidak boleh terlepas dari Natur, Visi, Misi dan Kehendak Tuhan dalam pertumbuhan gereja dalam rangka memikul Amanat Agung Tuhan Yesus dan tidak menjadikan faktor diatas sebagai hal yang utama, metode bisa saja gagal, tetapi perspektif diatas ditawarkan dapat menjadi suatu informasi tentang bagaimana gereja memandang lingkungan, cara-cara untuk merencanakan, mengkomunikasikan dan mengembangkan serta mempromosikan program-program kegiatan pelayanan gereja.

Keberhasilan suatu metode pada program kegiatan gereja sangat bergantung pada bagaimana metode itu dipraktekkan dan sandaran yang kuat pada kekuatan tangan Tuhan, Halleluya, Amin.