

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Manajemen pemasaran jasa pendidikan di SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang Banten mencakup tiga jawaban dari rumusan masalah terkait perencanaan pemasaran pendidikan, pelaksanaan pemasaran pendidikan, dan evaluasi pemasaran pendidikan adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra

Lembaga memiliki draf perencanaan yang berbeda dalam memasarkan lembaga pendidikan, tapi cara dalam merumuskan draf perencanaan kedua lembaga melakukan dengan cara yang sama yaitu musyawarah atau rapat. Perencanaan pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang Banten yaitu analisis SWOT digunakan untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi ancaman. Hasil perencanaan yang selanjutnya dari kedua sekolah tidak berbeda jauh diantaranya yaitu: a). Menentukan waktu PPDB dan rangkaian kegiatan PPDB, b). Perencanaan kegiatan PHBN dan PHBI, c). Mempersiapkan SDM yang unggul dan Sarana Prasarana, d). Pelayanan jasa pendidikan memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan citra lembaga

pendidikan, e). Penyusunan perencanaan dan pengelolaan anggaran yang baik dan transparan, f). Membuat dan menganalisis hasil kritik dan saran dari orang tua peserta didik agar permasalahan pelaksanaan pemasaran tahun sebelumnya tidak terulang.

2. Pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra

Pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang Pandeglang Banten sudah baik, pemanfaatan semua lini dengan maksimal. Secara *offline* dengan berbagai program yang inovatif dan juga kreatif dalam promosi, setiap tahun selalu dilakukan upgrade sesuai dengan pengevaluasian kegiatan di tahun sebelumnya. Pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan di SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang berpariatif, tujuannya pun tidak hanya untuk menarik minat masyarakat akan tetapi menjaga dan meningkatkan citra sekolah. Dengan demikian pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan yang dilakukan mencakup beberapa aspek modern/ digital, *Mouth of Mouth*, dan memaksimalkan pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan dari beberapa aspek tersebut dengan upaya peningkatan citra lembaga pendidikan, meskipun metode yang belum efektif dan juga ada yang

menjadi alternatif, akan tetapi aspek tadi masih dipertahankan dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan.

3. Evaluasi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra: Hasil evaluasi dari pelaksanaan pemasaran dapat dilihat dari meningkat atau tidak kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pelayanan pendidikan di sekolah tersebut. SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang memiliki jumlah peserta didik yang meningkat setiap tahunnya. Evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang mengadakan musyawarah/rapat koordinasi secara berkala sebagai control dan solusi dalam mengatasi kendala-kendala yang dihadapi. Evaluasi tersebut dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Hasil yang diperoleh yaitu dapat mengontrol, mendapatkan solusi dari kendala pemasaran, dan juga memonitoring pemasaran pendidikan dengan bertambahnya kuantitas peserta didik pada setiap tahunnya dan sebagai rujukan kedepan. Hasil dari evaluasi pemasaran pendidikan ini untuk mengetahui seberapa berhasilnya program berjalan dan untuk mencapai keberhasilan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di SD MALNU Pusat Menes Kabupaten Pandeglang dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang.

B. Implikasi

Penelitian Manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan citra SD MALNU Pusat Menes dan SDIT ICMA Cikedal Kabupaten Pandeglang dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dilaksanakan dengan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan dan dapat memperkuat reputasi, menarik lebih banyak siswa, dan membangun kepercayaan masyarakat.
2. Pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan terlihat dari memposisikan diri sebagai lembaga pendidikan yang menawarkan keseimbangan antara pembelajaran agama dan duniawi. Mengadakan acara yang menampilkan keunggulan siswa dan prestasi sekolah untuk membangun citra positif. Pelaksanaan pemasaran di dua sekolah swasta ini terbilang baik dan bisa menjadi referensi bagi lembaga pendidikan lainnya.
3. Evaluasi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan dapat dilihat dari jumlah siswa, penilaian masyarakat terhadap sekolah dapat mempengaruhi minat masyarakat. Maka untuk evaluasi pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan di SD MALNU Pusat Menes dan SDIT ICMA Cikedal sangat berpengaruh pada citra lembaga pendidikan.

Hasil penelitian Manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan swasta ini dapat menjadi motivasi kepala sekolah

Sekolah Dasar lainnya dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan guna tercapainya tujuan bersama.

C. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan penelitian adalah, hendaknya kepala sekolah selalu bekerjasama dengan berbagai elemen masyarakat dan sebaaiknya menjalankan perannya sebagai figur karismatik di mata masyarakat. Sehingga dapat meningkatkan citra lembaga pendidikan dan lebih diterima lagi di mata masyarakat. Guru dan juga pengelola sekolah berperan aktif dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan layanan yang maksimal dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga belum sempurna, masih banyak permasalahan yang memungkinkan untuk melakukan penelitian-penelitian lain dengan mengambil sub tema yang sama dengan penelitian ini, misalnya penelitian tentang strategi pemasaran dalam membangun citra lembaga pendidikan, strategi pemasaran dengan gaya kepemimpinan karismatik.