BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan analisis data penelitian di SMK Bismillah Padarincang dan SMK Darunnajah Pabuaran), maka peneliti dapat menyimpulkan hal- hal sebagai berikut:

1. Analisis Perencanaan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan pada SMK Bismillah Padarincang dan SMK Darunnajah Pabuaran.

Langkah pertama yang dilakukan pada SMK Bismillah adalah pertama, membuat rencana pemasaran dengan menentukan visi, misi, tujuan sekolah. Kedua, melakukan analisis ancaman dan peluang eksternal, karena lingkungan eksternal selalu berubah, oleh karena itu madrasah harus mengetahui peluang dan ancaman ketika merencanakan pemasaran sekolah. Langkah ketiga, melakukan perbandingan ancaman dan peluang eksternal. Dengan melakukan perbandingan ancaman dan peluang supaya bisa mengetahui segmen pasar. Langkah keempat, merencanakan pemasaran dengan beberapa media seperti: media cetak (spanduk dan brosur), media sosial (*WA, Facebook, Website sekolah*). Langkah terakhir, menawarkan program sekolah seperti program ekstarkulikuler dan program unggulan.

Adapun yang dilakukan pada SMK Darunnajah adalah; pertama menganalisis dan mengidentifikasi pasar. Langkah kedua melihat kondisi pasar pendidikan, Langkah ketiga melihat siapa yang menjadi target atau sasaran pasar.

Langkah ke empat mengadakan rapat dimana nanti itu ada rapat internal kemudian setelah itu rapat gabungan. Langkah ke lima membuat surat, menentukan tanggal untuk sosialisasi dan mengirimnya ke sekolah-sekolah.

2. Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan pada SMK Bismillah Padarincang dan SMK Darunnajah Pabuaran

Dalam mempromosikan lembaganya SMK Bismillah menggunakan beberapa variabel yang dapat menarik pelanggan yaitu dengan bauran pemasaran. Yaitu SMK Bismillah menawarakan produk dengan menyediakan pendidik yang berkualitas, *output* atau lulusan yang siap kerja, biaya pendidikan yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan mempromosikan sekolahnya lewat platfrom media sosial Adapun yang dilakukan oleh SMK Darunnajah yaitu; menawarkan layanan pendidikan *boarding*, kemudian melaksanakan pemasaran melalui media cetak (spanduk, brosur), dan media sosial (*Whatsapp, facebook, website*). Melaksanakan sosialisasi ke lembaga sekolah menengah pertama tentang program sekolah.

3. Analisis kendala dalam mempromosikan dan meningkatkan daya saing Lembaga pada SMK Bismillah Padarincang dan SMK Darunnajah Pabuaran

Yang menjadi kendala pada SMK Bismillah di antaranya adalah; persaingan dengan sekolah lain, kurangnya pemahaman tentang program bisnis dan teknologi, persepsi buruk tentang SMK Bismillah, kurangnya dukungan promosi, dan tantangan dalam menjangkau target pasar.

Sementara kendala mada SMK Darunnajah adalah; masih kurangnya pemahaman dari dari beberapa anggota civitas akademika tentang arti penting pemasaran pendidikan, masih kurangnya kerja sama yang optimal dari beberapa anggota

civitas akademika sebagai bagian dari pelaksana pemasaran, mengingat kondisi sekolah dengan keterbatasannya belum dapat memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang maksimal, minimnya alokasi dana untuk promosi sekolah yang mengakibatkan pelaksanaannya kurang maksimal. Selain itu dalam merencanakan strategi promosi, kadang terdapat beberapa anggota yang kurang aktif dalam memberikan ide atau gagasan sebagai masukan, dan beberapa anggota tim panitia pelaksana penerimaan peserta didik kurang dapat bekerja secara optimal.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa manajemen pemasaran jasa pendidikan SMK Bismillah dan SMK Darunnajah berimplikasi pada kualitas promosi dan daya saing lembaga. Dengan menggunakan prinsip manajemen pemasran diharapkan lembaga pendidikan yang dihasilkan dapat memenuhi standar pendidikan dan harapan masyarakat. Hal itu dikarenakan SMK Bismillah dan SMK Darunnajah melihat situasi dan kondisi yang terjadi sesuai kebutuhan pendidikan yang ada di masyarakat. Pada setiap produk jasa yang berupa kompetensi keahlian memiliki visi dan misi serta tujuan yang jelas. Seluruh warga sekolah termasuk kepala sekola, pendidik dan tenaga kependidikan berupaya optimal agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Selain itu manajemen promosi jasa pendidikan SMK Bismillah dan SMK Darunnajah yang dilakukan berimplikasi pada calon peserta didik dan masyarakat. manajemen promosi yang dilakukan dengan menerapkan prinsip manajemen yang optimal diharapkan dapat menarik calon peserta didik agar memilih SMK Bismillah dan SMK Darunnajah sebagai tempat untuk melanjutkan jenjang pendidikan

selanjutnya. Untuk keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut menawarkan layanan yang memuaskan bagi pelanggannya dengan menggunakan manajemen pemasaran dengan maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan implikasi yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi lembaga SMK Bismillah diharapkan agar lebih tepat memilih manajemen promosi jasa pendidikannya dalam situasi dan kondisi yang sesuai dengan apa yang terjadi di Masyarakat, dan untuk selalu bekerja lebih giat dan lebih profesional dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.
2. Bagi lembaga SMK Darunnajah peneliti menyarankan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam mengoptimalkan manajemen pemasaran jasa pendidikan. Agar pemasaran secara lebih baik sehingga tujuan lembaga dapat tercapai dengan lebih baik
3. Bagi Peneliti lain saran yang dapat diberikan bagi peneliti lain adalah hendaknya melakukan penelitian dengan metode dan sub fokus penelitian yang berbeda agar informasi yang didapatkan lebih bervariatif dan akurat terkait dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan.