

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data sebagai hasil penelitian dari pembahasan mengenai strategi pemasaran pendidikan hubungannya dengan minat calon peserta didik di SMK PGRI 3 Kota Serang. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Strategi Pemasaran Pendidikan di SMK PGRI 3 Kota Serang.**

SMK PGRI 3 Kota Serang menerapkan strategi pemasaran dengan cara promosi yang variatif. Media pemasaran yang digunakan adalah media cetak, media online, dan media offline (kegiatan sekolah). Langkah yang digunakan dalam strategi pemasaran yaitu identifikasi pasar, segmentasi pasar, dan diferensiasi produk.

##### **2. Peningkatan Calon Peserta Didik di SMK PGRI 3 Kota Serang.**

Upaya sekolah dalam meningkatkan pengguna jasa dilakukan dengan menawarkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kualitas produk meliputi lingkungan belajar yang kondusif, suasana kelas yang nyaman, lokasi strategis, dan beragam ekstrakurikuler. Adapun kualitas pelayanan meliputi pelayanan perpustakaan, pelayanan sarana prasarana, dan perwujudan visi misi.

### 3. Adanya Faktor Pendukung dan Penghambat antara lain

Faktor pendukung antara lain

- a) Tenaga pendidik yang men<sup>71</sup> sesuai bidangnya masing-masing
- b) mempunyai website yang dapat digunakan untuk mempromisikan sekolah
- c) meningkatnya peayanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah
- d) letak sekolah yang sangat geografis sehingga mudah di jangkau.
- e) Harga yang relative murah
- f) Adanya nilai ekonomis yang lebih sehingga wali murid bisa menyekolahkan anaknya.

Faktor penghambat antara lain:

- a) Persaingan antar lembaga yang semakin kuat dan semakin ketat
- b) Belum ada tenaga ahli yang khusus menangani dibidang strategi pemasaran.

#### B. Saran-saran

- a) Bagi pihak lembaga agar lebih mendalami tentang strategi pemasaran pendidikan.
- b) Bagi pihak umum, diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam dalam objek yang berbeda lebih menggali informasi dan data-data pada orang-orang atau Lembaga yang terkait dengan

strategi pemasaran Pendidikan hubungannya dengan minat calon peserta didik.