

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas tiga pokok bahasan, strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS) dalam meningkatkan minat masyarakat, pelayanan jasa pendidikan di SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS), faktor penghambat dan pendukung dalam mengimplementasikan strategi pemasaran jasa dan kualitas pelayanan di SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS) dalam meningkatkan minat masyarakat.

Strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Islam Tirtayasa dilakukan secara langsung dengan cara promosi dan publikasi menggunakan media sosial Instagram (IG), twitter, facebook, penyebaran brosur ke sekolah TK, pemasangan

spanduk dan banner. Selain itu pelibatan alumni dan orang tua sebagai poin plus yang tidak dimiliki oleh sekolah lain di kecamatan Cipocok Jaya.

Strategi pemasaran jasa pendidikan di Assa'adah Global Islamic School (AGIS) memfokuskan pada media sosial. Semua kegiatan yang dilaksanakan oleh AGIS, baik *event* (PHBI, PHBN, kegiatan-kegiatan siswa) maupun kegiatan pembelajaran dibuat dalam bentuk video maupun foto yang kemudian di unggah ke media sosial milik AGIS, seperti You Tube, website.

Model yang digunakan oleh kedua sekolah tritunggal pemasaran yaitu pemasaran hubungan (*relationship marketing*) atau dikenal juga sebagai pemasaran relasional. Konsep ini menyatakan bahwa organisasi yang kecil (semua sekolah merupakan organisasi yang kecil) tidak hanya menjual produk atau jasa, tetapi juga menjalin hubungan berdasarkan kemitraan, saling percaya, dan kepercayaan. Dan juga melibatkan elemen-elemen bauran pemasaran jasa pendidikan seperti *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Lokasi/Tempat), *Promotion* (Promosi), *People*

(Orang/Sumber Daya Manusia), *Process* (Proses), *Physical evidence* (Sarana Fisik)

2. Pelayanan jasa pendidikan di SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS)

Pelayanan jasa pendidikan yang dilakukan oleh SD Islam Tirtayasa maupun AGIS tidak terlepas dari 8 standar pendidikan. Pengukuran pelayanan kualitas pelayanan dapat dilihat melalui lima dimensi SERVQUAL, yang dikenal dengan istilah RATER :

Reliability (keandalan) adalah kemampuan sekolah untuk menyediakan jasa pendidikan sesuai dengan janji secara akurat dan terpercaya. SD Tirtayasa dan AGIS selalu berusaha menyediakan pelayanan jasa sesuai dengan yang sudah ditawarkan.

Assurance (jaminan) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan karyawan sekolah untuk menumbuhkan tingkat kepercayaan pelanggan jasa pendidikan terhadap sekolah, meliputi komunikasi guru dan staf terhadap siswa, orang tua siswa maupun pihak luar, kepercayaan orang tua “menitipkan” anaknya untuk dididik

di SD Islam Tirtayasa, keamanan lingkungan sekolah, kompetensi yang dimiliki guru, terbukti dengan banyaknya prestasi yang diraih oleh siswa SD Islam Tirtayasa dan sopan santun. *Assurance* (jaminan) yang dilakukan oleh AGIS dengan mengadakan rapat setiap bulan dilaksanakan 2 rapat : rapat pengembangan/*upgrading* guru dan rapat kedinasan tentang ke AGIS an.

Tangibel (berwujud), AGIS menunjukkan eksistensinya di lingkungan Cipocok Jaya dengan sering digunakan sebagai tempat kegiatan kedinasan karena memiliki aula yang memadai. Begitupun dengan SD Islam Tirtayasa, sering digunakan sebagai tempat kegiatan kedinasan.

Empathy (empati) adalah sekolah mampu memberikan perhatian yang tulus dan pribadi ke pelanggan jasa pendidikan dengan memahami keinginan pelanggan jasa pendidikan. Pelayanan yang diberikan oleh SD Islam Tirtayasa dan AGIS kepada siswa, guru mengawasi siswa selama di sekolah. Sekolah juga mengakomodir masukan-masukan dari orangtua siswa.

Responsiveness (ketanggapan) adalah kebijakan untuk membantu serta memberikan jasa pendidikan yang cepat dan tepat kepada pelanggan pendidikan. SD Islam Tirtayasa dan AGIS cepat tanggap dalam menangani keluhan-keluhan yang disampaikan oleh orang tua siswa.

3. Faktor penghambat dan pendukung dalam mengimplementasikan strategi pemasaran jasa dan kualitas pelayanan di SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS).

Faktor penghambat mengimplementasikan strategi pemasaran di SD Islam Tirtayasa dan AGIS diantaranya faktor internal sulitnya mencari waktu yang sesuai untuk melakukan koordinasi antar panitia dan naik turunnya semangat tim PPDB.

Faktor penghambat kualitas pelayanan jasa pendidikan bagi SD Islam Tirtayasa yaitu memerlukan fasilitas yang lebih lengkap lagi dan renovasi atau dilakukan pengecatan gedung agar terlihat lebih menarik.

Faktor pendukung dalam mengimplementasikan

strategi pemasaran dan kualitas pelayanan adalah dukungan dari komite yang selalu berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan sekolah termasuk pada kegiatan PPDB.

Faktor pendukung dalam strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang dilakukan di AGIS, selain secara internal terdapat pihak lain yang bekerja sama yaitu ACT (Aksi Cepat Tanggap). Bentuk kerjasama berupa kegiatan kemanusiaan yang mendukung kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di AGIS.

B. Implikasi

Implikasi adalah sebuah konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian ini mengenai strategi pemasaran jasa SD Islam Tirtayasa dan Assa'adah Global Islamic School (AGIS) memberikan gambaran bahwa setiap sekolah memiliki strategi masing-masing. Meskipun dalam penerapannya memiliki kesamaan namun terdapat perbedaan dari segi konsep sekolah yang ditawarkan. Strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan oleh SD Islam Tirtayasa dapat dikatakan sudah baik, hal tersebut dapat dilihat

dari minat masyarakat yang masih banyak terhadap SD Islam Tirtayasa. Hanya saja, penurunan minat masyarakat 2 tahun terakhir akibat terdampak pandemi saat ini yang melanda dunia. Walau demikian jumlah siswa yang mendaftar masih relatif banyak.

Strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan oleh AGIS dapat dikatakan sangat baik, dapat dilihat dari minat masyarakat yang semakin banyak. Bahkan saat ini sudah menutup pendaftaran, akan tetapi *waiting list* yang mendaftar sangatlah banyak.

Implementasi strategi pemasaran kedua sekolah dapat diterapkan pada sekolah-sekolah lain. Poin pentingnya adalah komitmen dari kepala sekolah, manajemen sekolah, serta guru dalam menerapkannya. Strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan bagian penting untuk mengenalkan lembaga sekolah kepada khalayak agar minat masyarakat semakin meningkat.

Kualitas pelayanan pendidikan yang baik dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah. Kualitas pelayanan dapat dipromosikan melalui strategi pemasaran. Ini berarti adanya keterkaitan pemasaran jasa pendidikan dengan kualitas pelayanan

pendidikan. Sekolah perlu mengupayakan peningkatan kualitas pelayanan pendidikan, sebagai bahan untuk dipromosikan dan berpengaruh terhadap minat masyarakat terhadap sekolah.

C. Saran

Berdasarkan pembahasan, kemudian dilakukan analisis maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepala sekolah bersama manajemen sekolah terus menjalin komunikasi serta mempublikasikan konsep sekolah, program-program sekolah, prestasi sekolah melalui media sosial atau media lainnya.
2. Bagi para peneliti yang tertarik meneliti pemasaran jasa dan kualitas pelayanan pendidikan diharapkan mampu mengungkap lebih dalam lagi tentang pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan yang diteliti.