

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang “Manajemen pemasaran Pendidikan di SMA Boarding School Daarut Tauhiid”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Proses Pemilihan SDM dalam pemasaran Pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School telah dilakukan dengan proses yang sistematis, kemudian di tetapkan personil khusus untuk mengelola pemasaran Pendidikan. Selain daripada personil khusus, proses pemasaran juga dilakukan oleh semua civitas SMA Daarut Tauhiid dan juga Yayasan Daarut Tauhiid, termasuk orang tua siswa dan siwa itu sendiri.
2. Proses Pemasaran yang dilakukan oleh SMA Daarut Tauhiid dilakukan secara masif, baik melalui media digital maupun media cetak serta dilengkapi dengan pemasaran melalui kemitraan strategis. Untuk media digital, dilakukan secara sistematis menggunakan media sosial yaitu WhatsApp, Instagram, Youtube. Proses pemasaran di SMA Daarut Tauhiid sudah mengimplementasikan bauran pemasaran 4P teori Kottler, yaitu : (1) *Product*, dengan membuat produk unggulan dan mempunyai kekhasan yang berbeda dari sekolah-sekolah yang lain, (2) *Price*, yang mengutamakan kualitas menjadikan harga bersaing dengan sekolah lain yang se level, (3) *Place*, tempat yang representative untuk lokasi sekolah, karena berada di lokasi yang sejuk dan jauh dari keramaian dan (4) *Promotion*, melakukan promosi yang massif di berbagai platform sosial media dengan di tunjang media-media milik Yayasan Daarut Tauhiid.
3. Program pemasaran di SMA Daarut Tauhiid dibuat secara massif, baik program langsung yang berhubungan dengan pemasaran maupun yang tidak berhubungan langsung dengan pemasaran.
4. Evaluasi pemasaran di SMA Daarut Tauhiid telah menerapkan sistem evaluasi kinerja pemasaran yang terstruktur dan komprehensif. Evaluasi ini

mencakup pengukuran minat masyarakat dan penilaian terhadap strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi terkait temuan penelitian tersebut. Rekomendasi ini diharapkan dapat memberikan masukan, terutama bagi Sekolah Menengah Atas Daarut Tauhiid Boarding School , peneliti berikutnya, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan untuk ditindaklanjuti. Berikut adalah saran-saran yang diusulkan:

1. Untuk Sekolah

Sekolah Menengah Atas Daarut Tauhiid Boarding School sebaiknya melaksanakan pengembangan perencanaan strategi dalam pemasaran jasa pendidikan dengan memperjelas kebijakan pimpinan di setiap level terkait perencanaan program. Selain itu, penting untuk memanfaatkan hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal (melalui matriks analisis SWOT) dalam penyusunan program perencanaan strategi pemasaran. Strategi lain yang dapat diterapkan adalah menyusun Standar Operasional Prosedur untuk perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan, serta menambah kegiatan dalam prosedur tersebut dengan analisis faktor-faktor kunci keberhasilan, sehingga strategi yang dikembangkan menjadi lebih beragam dan khas.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk lebih mendalami dan mengeksplorasi teori-teori dari berbagai referensi mengenai manajemen pemasaran pendidikan, yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah relevansinya dalam bidang pendidikan. Hal ini penting karena manajemen pendidikan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan manajemen organisasi yang berorientasi pada profit. Selain itu, peneliti selanjutnya juga disarankan untuk melakukan penelitian di lembaga pendidikan dengan jenis pendidikan yang berbeda, seperti pendidikan kedinasan, agar dapat memperoleh perbandingan dari hasil penelitian tersebut.