

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dihasilkan peneliti yang berjudul “Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Pemasaran Lembaga Pendidikan Di SMPN 2 Mojokerto” dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi pemasaran dilaksanakan oleh kepala sekolah, hal ini dikarenakan agar perencanaan strategi pemasaran yang dilaksanakan akan dapat tersusun lebih efektif melihat background SMPN 2 Mojokerto merupakan sekolah yang di pandang berkualitas dan memiliki citra yang baik dimata masyarakat setempat, hal sekecil apapun yang ada di sekolah tersebut selalu di sorot oleh masyarakat dan wali murid yang ada, maka SMPN 2 Mojokerto ini memiliki strategi perencanaan yang baik.

Pelaksanaan strategi pemasaran adalah pokok utama dari sebuah lembaga sekolah untuk mempromosikan sekolah tersebut dan untuk mendapatkan calon peserta didik yang diharapkan. Dalam pelaksanaan strategi pemasaran lembaga pendidikan SMPN 2 Mojokerto menawarkan 4P yaitu: a) Product, dimana lembaga memberikan penawaran kepada masyarakat dalam bidang pendidikan khususnya dalam bidang sosial dan umum serta bahasa dengan ciri khas sekolah tersebut, b) Place, letak dan lokasi yang mudah dijangkau, c) Promotion, dalam hal promosi SMPN 2 Mojokerto menggunakan beberapa media seperti media sosial dan juga media brosur dan spanduk, d) People, pimpinan mempunyai peran yang sangat penting dalam hal pemasaran lembaga sebab semakin berkualitas unsur pimpinan maka akan meningkatkan jumlah peserta didik.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi suksesnya kegiatan strategi pemasaran di SMPN 2 Mojokerto agar berjalan dengan lebih lancar dan memperoleh hasil yang maksimal, maka peneliti memberikan saran, antara lain:

1. Kepada sekolah, penyelenggaraan dan pengelola pendidikan untuk selalu bekerja lebih giat dan lebih professional dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk melahirkan SDM yang berkualitas dengan selalu merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan dengan baik, serta meningkatkan dan memperdayakan seluruh sumber daya yang ada demi memperbaiki dan meningkatkan mutu pendidikan islam untuk mencapai kepuasan pelanggan.
2. Kepada akademisi, diharapkan kepada akademisi yang akan melaksanakan penelitian mengenai strategi manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik, dapat lebih mengembangkan kajian-kajian yang sudah ada mengenai kegiatan strategi pemasaran yang ada dan kegiatan penerimaan peserta didik.
3. Kepada peneliti, diharapkan peneliti dapat memperhatikan proses yang telah terlaksana berupa perencanaan sebuah strategi dan pelaksanaan dari strategi manajemen pemasaran, sehingga peneliti dapat mengimplikasinya ketika sudah berada di lingkungan sekolah kelak.