

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran temuan hasil di lapangan dan diskusi hasil, berikut kesimpulan yang dapat peneliti paparkan terkait penelitian Strategi Marketing Mix dalam Persaingan Branding Sekolah di SMP Bilingual Terpadu Krian :

##### 1. Strategi *Marketing Mix* SMP Bilingual Terpadu Krian

SMP Bilingual Terpadu Krian menggunakan POAC sebagai penyusunan strategi *marketingnya*. Secara merinci strategi pemasarannya menggunakan *marketing mix* yang berdasarkan hasil evaluasi setiap akhir semesternya. *Marketing mix* digunakan sebagai identifikasi kebutuhan masyarakat, penentuan program yang tepat dan mampu untuk difasilitasi. Penggunaan POAC dalam *marketing mix* mampu memberikan hasil yang baik bagi SMP Bilingual Terpadu Krian dalam persaingan lembaga pendidikan dan SMP Bilingual Terpadu Krian dikenal oleh banyak masyarakat di wilayah Jawa Timur secara khusus.

##### 2. Penerapan *Marketing Mix* SMP Bilingual Terpadu Krian

Pemilihan SMP Bilingual Terpadu Krian terhadap *marketing mix* dipandang sebagai suatu solusi yang komponennya terdiri dari beberapa hal yang diperlukan dalam program pemasaran yang dapat

strategi pemasaran dan positioning yang telah ditetapkan dapat dilaksanakan dengan sukses dan sesuai dengan rencana. Berikut adalah hasil analisis dari penerapan *marketing mix* yang telah diterapkan oleh SMP Bilingual Terpadu Krian :

- a. Produk : 1) Kemampuan Bilingual dan 2) Kurikulum Terpadu.
- b. Proses : Pengajaran dan pelayanan yang ada di SMP Bilingual Terpadu Krian dilaksanakan pada jam kerja.
- c. Partisipan : 1) Administrasi, 2) Tes *Microteaching*, 3) Magang 1 bulan dan 4) Pembinaan 1 tahun.
- d. Biaya : 1) Biaya pendaftaran Rp. 350.000, 2) Biaya total masuk Rp. 12.000.000 dan 3) Biaya infaq jalur inder Rp. 5.000.000
- e. Tempat : Lokasi yang strategis, lokasi yang dekat dari pusat kecamatan, lokasi yang luas dan sejuk.
- f. Fasilitas pendukung : seluruh fasilitas yang diperlukan pada setiap kelas dan program yang ditawarkan.
- g. Promosi : 1) media online, 2) media cetak dan 3) insitasi dan visitasi



## B. Saran

Masalah utama yang dihadapi oleh SMP Bilingual Terpadu Krian adalah ekspansi promosi. Karena dalam hal pelaksanaan program ataupun esensialnya SMP Bilingual Terpadu Krian sudah sangat baik dan professional. Oleh karena itu, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini:

1. Kegiatan sosialisasi yang diperluas dan tidak hanya mencakup pada wilayah Krian. Tentu dengan mempertimbangkan sekolah-sekolah dasar atau sederajat yang memiliki peluang besar untuk melanjutkan di SMP Bilingual Terpadu Krian.
2. Mengikuti *event-event* yang menyediakan *stand* promosi. Tentu dengan mempertimbangkan potensi kehadiran peserta yang sesuai dengan target pemasaran.
3. Membuat *company profile* dalam bentuk PDF sebagai bentuk rekapitulasi prestasi dan alasan memilih SMP Bilingual Terpadu Krian. Sehingga lebih memudahkan promosi dari SMP Bilingual Terpadu Krian.

