

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

##### **1. Strategi**

Perencanaan strategi pemasaran di SD NU Kaplongan dilakukan pada setiap promosi, Salah satunya menyangkut kegiatan pemasaran sekolah dalam rangka kegiatan Penerimaan Siswa Baru (PSB). Segala bentuk perencanaan kegiatan pemasaran dilakukan atas dasar pertimbangan anggaran serta faktor pendukung dan penghambat kegiatan perencanaan melibatkan kepala sekolah, Wakasek kesiswaan dan tim pemasaran sekolah. Perencanaan kegiatan pemasaran di Penerimaan Siswa Baru SD NU Kaplongan meliputi pembuatan struktur kepanitiaan RAB. Lembaga pendidikan harus mampu bersaing dengan baik dalam memenuhi atau melampaui keinginan dan kebutuhan masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan jasa pendidikan dan hal ini tentunya berimplikasi pada pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan atau sekolah tersebut. Di sini sekolah harus memperhatikan pengelolaan strategi pemasarannya karena menentukan berapa banyak siswa yang akan mendaftar. Perbaikan rutin dan strategi pemasaran menyeluruh yang baik akan meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan yang menggunakan layanan pendidikan Anda. Pemasaran dalam dunia pendidikan dapat disampaikan dalam bentuk bagaimana mengelola hubungan saling percaya melalui komunikasi yang efektif, yang mencakup berbagai aspek mulai dari program yang ditawarkan hingga tahapan proses pembelajaran yang dilakukan terkait infrastruktur dan sumber daya manusia (SDM). Mengerjakan. Baik dosen maupun staf serta hasilnya. Mereka adalah pelanggan mahasiswa dan lulusan yang dapat memberikan dampak bagi masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, strategi pemasaran pendidikan Anda harus disusun

seoptimal mungkin agar dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

Strategi pemasaran sangatlah penting baik bagi dunia usaha umum maupun lembaga pendidikan (khususnya sekolah/madrasah). Pertama, sebagai organisasi nirlaba yang bergerak di bidang pelayanan pendidikan pada semua tingkatan, kami tetap terbuka kepada masyarakat atau kepada klien kami, dalam hal ini pelajar, orang tua dan pihak-pihak terkait lainnya selaku lembaga pendidikan yang berada di bawah binaan kami. Kedua, kita harus meyakinkan masyarakat atau pelanggan bahwa layanan pendidikan yang kita berikan benar-benar relevan dengan kebutuhan masyarakat luas saat ini. Ketiga, kami harus melakukan kegiatan pemasaran untuk memastikan bahwa jenis dan jenis layanan pendidikan yang kami berikan dapat diketahui dan dipahami secara luas oleh masyarakat, khususnya pelanggan kami. Keempat, agar keberadaan lembaga pendidikan yang kita jalankan tidak sia-sia.

## **2. Implikasi**

Implikasi penerimaan siswa baru di SD NU Kaplongan dapat dilihat dari motivasi siswa untuk mengikuti semua pembelajaran dan program ekstrakurikuler di sekolah dan inisiatif siswa dan masyarakat. bahkan sudah bergelar magister. Kemudian untuk Implikasi penerimaan siswa baru di SD NU Kaplongan harapan orang tua murid dan orang tua murid untuk berkontribusi dalam memajukan SD NU. Bukti Fisik Sarana dan prasarana yang dimiliki SD NU Kaplongan cukup memadai dan mendukung proses belajar mengajar. Proses Proses pembelajaran di SD NU Kaplongan berlangsung efektif dan efisien dengan pedoman kurikulum yang tersusun rapi, guru yang kompeten serta sarana dan prasarana yang memadai. Selain berimplikasi pada kondisi internal sekolah, strategi pemasaran juga berimplikasi pada sekolah atau masyarakat eksternal. Dengan adanya strategi tersebut maka kinerja tim pemasaran menjadi lebih baik dan masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi tentang SD NU Kaplongan yang tentunya

berdampak positif bagi sekolah tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa kegiatan yang diawali dengan perencanaan dan strategi akan mencapai tujuan. Strategi pemasaran sekolah yang diterapkan SD NU Kaplongan berimplikasi pada keadaan internal sekolah yang berimplikasi pada kinerja guru dan karyawan yang semakin terfokus pada strategi yang diterapkan.

Penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan di SD NU Kaplongan berbasis peningkatan mutu Layanan yang dikombinasikan dengan pemasaran relasional memberikan dampak. Positif bagi perkembangan dan pertumbuhan pendidikan di SD NU Kaplongan, jumlah siswanya bertambah. Kualitas pelayanan merupakan ukuran kepuasan dan loyalitas Pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan pendaftaran siswa. Hal ini dapat diketahui melalui analisis dimensi kualitas pelayanan. Peningkatan ini mengarah pada upaya peningkatan kualitas layanan. Kemudian beberapa guru SD NU Kaplongan berpartisipasi dalam pemasaran relasional untuk meningkatkan jumlah peserta. Jika aspek tersebut sudah ada maka dampaknya akan lebih besar bagi siswa. Pada tingkat pemasaran relasional, Pemasaran relasional memerlukan upaya yang lebih kuat dari semua orang dan perbaikan yang berkelanjutan

## **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat menyampaikan beberapa saran dalam Penelitian yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan antara lain seperti perlunya pelatihan yang lebih mendalam dan komprehensif agar tercipta dialektika yang diharapkan akan menambah wawasan dan keakuratan konsepsi tentang strategi pemasaran dan Perlunya kajian yang lebih lengkap tentang strategi pemasaran pada guru guna membuat argumentasi diharapkan dapat menambah wawasan dan ketelitian konsep strategi pemasaran. Agar team marketing SD NU Kaplongan dapat terus menyelesaikan

masalah dengan cara yang benar. Kemudian agar tim pemasaran dapat memaksimalkan potensi dan peluang yang ada untuk menerapkan strategi pemasaran sehingga tujuan tim pemasaran dan sekolah dapat tercapai.

Selanjutnya ptimalkan peran teknologi untuk menjangkau kebutuhan Anda dengan lebih baik. Pelajar, masyarakat, dan pemangku kepentingan SD NU Kaplongan memberikan informasi pertunjukan, program, dan kegiatan Prestasi yang telah dicapai selama ini dan akan diwujudkan pada masa yang akan datang. Selanjutnya SD NU Kaplongan seharusnya memperluas kemitraan di semua tingkatan Komunitas horizontal dan vertical Dengan meningkatkan brand image SD NU Kaplongan Dapat lebih dikenal masyarakat sebagai lokasi yang cocok. Tingkatkan pengetahuan Anda dan perdalam keterampilan atau kompetensi Anda.



**UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM**  
**Mojokerto**