

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis mengenai manajemen pemasaran jasa sekolah terpadu di Sekolah Dasar Islam Terpadu ‘Alamy Subang maka dapat dipaparkan beberapa simpulan sebagai berikut :

1. SDIT ‘Alamy Subang merupakan sekolah yang berdiri pada tanggal 2 Mei 2006 sudah memegang akreditasi A. Berlokasi di Jalan Kihajar Dewantara Subang bertempat di tempat yang strategis, sangat mudah dijangkau bertempat dekat dengan pusat kota Subang namun jauh dari kebisingan. SDIT ‘Alamy Subang setiap tahun hanya menerima siswa maksimal 112 siswa dengan empat rombel. Jumlah peserta didik terakhir per bulan Maret 2019 terdapat 575 siswa dengan rincian jumlah peserta didik laki-laki 296 orang dan jumlah peserta didik perempuan 279 orang
2. Proses Perencanaan pemasaran jasa sekolah dasar terpadu yang dilakukan di Sekolah Dasar Islam Terpadu ‘Alamy Subang sudah sesuai dengan teori yang dimulai dari *Pertama*, Analisis kegiatan pemasaran. *Kedua*, analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman. *Ketiga*, penentuan objektif pemasaran. *Keempat*, penempatan strategi pemasaran. *Kelima*, penetapan target pemasaran. *Keenam*, penyusunan rencana pemasaran. *Ketujuh*, penyusunan program pemasaran. *Kedelapan*, penyusunan anggaran pemasaran.
3. Secara teknis struktural pelaksanaan pemasaran di bebaskan kepada Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dibawah manajerial kepala sekolah dan bidang informasi teknologi sekolah. SDIT ‘Alamy tidak mempunyai struktur pemasaran khusus. Dalam pengorganisasian PPDB SDIT ‘Alamy Subang melakukannya dengan proses kepala sekolah memilih dan menempatkan pada posisi yang tepat, dimana orang yang dipilih sesuai dengan kemampuannya, selain itu SDIT ‘Alamy Subang melibatkan seluruh

stakeholder yang ada di dalamnya sehingga tujuan dari perencanaan tersebut berlangsung secara efektif dan efisien.

4. Pelaksanaan pemasaran pendidikan di Sekolah Dasar Islam Terpadu Alamy Subang meliputi promosi dan komunikasi, serta penyampaian/distribusi. Adapun bentuk Promosi dan komunikasi yang dilakukan SDIT 'Alamy Subang adalah periklanan (*advertising*), informasi dari mulut kemulut (*word of mouth*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Periklanan dimuat dalam berbagai media yaitu media cetak, media elektronik, media digital internet.
5. Pengawasan pemasaran jasa sekolah terpadu di Sekolah Dasar Islam Terpadu 'Alamy Subang meliputi 4 (empat) sudut pandang yaitu pengawasan efektivitas program, pengawasan keuntungan atau rentabilitas, pengawasan efisiensi dan pengawasan strategis. Pengawasan efektivitas program dilakukan setelah seleksi calon peserta didik, pengawasan keuntungan atau rentabilitas yaitu melihat dari keuntungan atau kerugian yang didapat setelah melakukan promosi, pengawasan efisiensi menghemat biaya promosi tapi mementingkan keefektipan pemasaran, pengawasan strategis dengan menilai dan menganalisis kesesuaian perencanaan strategis dan pelaksanaannya.
6. Faktor pendukung pemasaran SDIT 'Alamy Subang adalah perpaduan kurikulum, memiliki tempat yang sangat strategis. di dukung dengan fasilitas yang serba ada, dengan berbagai ekstrakurikuler yang menjadi daya tarik peminat siswa, adanya program literasi. Faktor penghambat pemasaran SDIT 'Alamy subang adalah tidak ada biro khusus pemasaran sehingga dalam pelaksanaannya dilaksanakan oleh panitia PPDB, para pesaing yaitu sekolah-sekolah baru yang memberikan pelayanan yang sama, dan sekolah yang berlabel Negeri, yang memberikan jaminan dan kualitas yang sama.

7. Hasil manajemen pemasaran jasa SDIT 'Alamy Subang di lihat dari peningkatan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun yang selalu melebihi kuota yang di sediakan, Jumlah pendaftar tahun 2015/2016 sebanyak 96 orang jumlah yang diterima 90 orang, jumlah pendaftar tahun 2016/2017 sebanyak 118 orang jumlah yang diterima 90 orang, jumlah pendaftar tahun 2017/2018 sebanyak 127 orang jumlah yang diterima 120 orang, jumlah pendaftar tahun 2018/2019 sebanyak 131 orang, dan tahun 2019/2020 sebanyak 140 orang jumlah yang diterima 112 orang.

## **B. Saran**

Berdasarkan simpulan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka terdapat saran yang diajukan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen pemasaran jasa sekolah dasar terpadu di SDIT 'Alamy Subang. Berikut saran yang diajukan dalam penelitian yaitu :

1. Dalam pengorganisasian SDIT 'Alamy Subang, diharapkan SDIT 'Alamy Subang bisa membuat organisasi/ biro khusus pemasaran, di karena jika beban pemasaran hanya dilaksanakan oleh Panitia PPDB (penerimaan peserta didik baru) yang harusnya berfokus pada rekrutmen dan mengingat kompleksitas tuntutan pelayanan yang semakin meningkat. Beban kerja yang di tanggung oleh panitia penerimaan peserta didik baru juga dapat berkurang, sehingga fokus kerja anggota meningkat.
2. Dalam pelaksanaan pemasaran jasa sekolah dasar terpadu SDIT 'Alamy terutama dalam promosi sudah menggunakan strategi dan periklanan yang baik dan tepat yaitu salah satunya dengan preiklanan yang dimuat dalam berbagai media. Namun hendaknya jika perlu dalam melakukan promosi dalam media elektronik lainnya seperti Televisi juga dilakukan.
3. Pengawasan pemasaran jasa sekolah dasar terpadu di SDIT 'Alamy hendaknya juga didokumentasikan dengan baik. seperti melalui pembukuan dari setiap evaluasi dan dokumentasi kegiatan maka pengawasan pemasaran diharapkan lebih administratif.