

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan berkaitan dengan strategi bauran pemasaran di SDIT Al Ummah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam menetapkan strategi bauran pemasaran SDIT Al Ummah mendasarkan kebijakannya dari hasil analisis lingkungan eksternal dan internal. Analisis lingkungan eksternal meliputi analisis kebutuhan pelanggan dan analisis *competitor* yang dilakukan, sedangkan analisis lingkungan internal dilakukan menggunakan hasil supervisi dan rapor pendidikan sekolah, hasil analisis tersebut digunakan untuk menentukan kebijakan sekolah kedepan.
2. SDIT Al Ummah dalam merancang komponen variabel strategi bauran pemasaran jasa pendidikan, yaitu sebagai berikut : a). *Product*, meliputi program tahfidz, *life skill*, *full day school*, dan kegiatan pembiasaan, b). *Price*, sumber dana sekolah berasal dari dana BOS dan orang tua, penetapan biaya sekolah dilakukan oleh yayasan, komite dan manajemen sekolah, c). *Place*, walaupun tidak melakukan analisis tempat, SDIT Al Ummah memiliki letak strategis di tengah kota Jombang yang aman dan mudah diakses, d). *Promotion*, SDIT Al Ummah melakukan promosi melalui media sosial, mengadakan event lomba TK, mengadakan kegiatan di *car free day*, memasang spanduk dan melakukan sosialisai ke TK. e). *People*, SDIT Al

Ummah memiliki sumber daya manusia yang cukup, rekrutmen dilakukan melalui yayasan dan pengembangan kompetensi PTK dilakukan melalui kegiatan seminar, workshop dan ikut forum guru. f). *Physical Evidence*, memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, hanya kurang dalam sarana lapangan olahraga. g). *Process*, dimulai dari pendaftaran peserta didik baru, orientasi, dan observasi kesiapan belajar, SDIT Al Ummah menggunakan kurikulum merdeka dengan penerapan P5 dan evaluasi formatif dan sumatif.

3. SDIT Al Ummah sangat hati-hati didalam menetapkan bauran pemasarannya, bentuk kehati-hatian tersebut terlihat didalam proses merancang variabel 7P pada bauran pemaaran, sehingga hal itu dapat menciptakan kepuasan pelanggan sebagai berikut : Kepuasan *produk*, pelanggan merasa puas dengan program tahfidz, pembiasaan, *life skill*. Kepuasan *price*, Pelanggan merasa puas dengan biaya pendidikan yang terjangkau. Kepuasan *place*, Pelanggan merasa puas karena lokasi SDIT Al Ummah berada di lingkungan yang nyaman dan aman. kepuasan *physcal evidence*, pelanggan merasa puas dengan layanan sarana dan prasarana yang memadai. Kepuasan *process*, pelanggan merasa puas dengan metode pembelajaran yang variatif dan guru yang profesional.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dan hasil dari kesimpulan terkait strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SDIT Al Ummah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, ada beberapa hal yang penulis sampaikan, untuk memberikan beberapa saran untuk pengelola SDIT Al Ummah dan peneliti berikutnya, diantaranya sebagai berikut :

1. Kepala Sekolah

- a. Memperdalam analisis lingkungan menggunakan metode SWOT untuk membentuk strategi pemasaran, kepala sekolah perlu untuk menganalisis lebih mendalam terhadap *competitor* yang dapat memberi ancaman bagi sekolah.
- b. Membentuk TIM pemasaran, yang menjalankan tugas khusus dalam kegiatan pemasaran pendidikan.
- c. Jika masih belum mempunyai lahan untuk pengembangan pembangunan fasilitas sekolah, bisa dilakukan dengan melakukan pengembangan pembangunan ke atas dengan memanfaatkan lahan yang sudah ada.

2. TIM PPDB

- a. Membuat inovasi yang menarik dalam melakukan kegiatan promosi, bisa dengan menggunakan media sosial yang di isi dengan konten-konten menarik.
- b. Sebelum melakukan promosi sebaiknya membuat perencanaan terlebih dahulu mengenai tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

3. Peneliti Selanjutnya

- a. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif maka hasil dari penelitian ini belum dapat dijadikan sebagai generalisasi, maka disarankan untuk peneliti berikutnya untuk menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif agar hasilnya lebih maksimal atau peneliti berikutnya bisa fokus pada beberapa variabel bauran pemasaran yang terlihat optimal dilakukan oleh SDIT Al Ummah.