

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di SD Plus Rahmat Kota Kediri, dapat diketahui bahwa:

1. Strategi pemasaran pendidikan dengan program religius sebagai daya tarik masyarakat di SD Plus Rahmat Kota Kediri sebagai berikut : perencanaan dengan mengidentifikasi pasar, segmentasi pasar dan diferensiasi produk untuk memasarkan sekolah. Pengorganisasian membentuk koordinator tim humas dalam melakukan pemasaran. Pelaksanaan dilakukan dengan produk jasa, pelayanan jasa, saluran pemasaran, citra sekolah, SDM atau karyawan. Evaluasi dilakukan dengan menjangring pendapat, mengumpulkan kritik dan saran, melakukan komunikasi dengan seluruh SDM sekolah, mengadakan rapat evaluasi 3 bulan sekali.
2. Kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran pendidikan dengan program religius sebagai daya tarik masyarakat di SD Plus Rahmat Kota Kediri. Mengidentifikasi kelebihan yaitu produk jasa sebagai pengembang karakter dan kepemimpinan siswa, kekurangan yaitu lokasi sekolah dan pencatatan kegiatan dirumah yang kurang terlaksana
3. Implikasi strategi pemasaran pendidikan dengan program religius sebagai daya tarik masyarakat di SD Plus Rahmat Kota Kediri yaitu dalam implikasi strategi pemasaran menggunakan produk jasa program religius dapat dilihat dari kepercayaan, kepuasan serta peningkatan peserta didik

dimana dengan produk jasa dapat meningkatkan kualitas serta kuantitas sekolah untuk menarik minat masyarakat.

B. Saran

1. Sekolah

Sekolah ini merupakan percontohan dan sekolah yang terfavorit di kota Kediri, sehingga sekolah ini memiliki daya tarik yang pesat khususnya bagi peserta didik baru, selalu memberikan kepuasan kepada masyarakat. Tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat, wali murid serta dengan lembaga lain sehingga dapat pengalaman baru dan menjadi inovasi sekolah.

2. Kepala Sekolah

Kepada kepala sekolah terimakasih atas dedikasinya, sehingga sekolah ini telah menjadi sekolah yang baik, favorit serta memiliki peminat yang banyak dengan berbagai inovasi-inovasi yang ada sekolah dapat menjadi sekolah percontohan terutama pada program religius.

3. Tim Humas

Selalu jaga kekompakan dan selalu membangun inovasi baru dan selalu jaga hubungan baik dengan masyarakat.

4. Peneliti Lain

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih mendalami lagi dalam meneliti terkait dengan strategi pemasaran pendidikan dengan program religius sebagai daya tarik masyarakat.