

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian serta pembahasan diatas yang sudah peneliti uraikan mengenai strategi marketing mix dalam membangun citra sekolah di SD Islam Sabilil Huda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk (*Product*), SD Islam Sabilil Huda mempunyai program unggulan yaitu Tahlil setiap hari jum'at, Pembiasaan Sholat Dhuha dan Dhuhur berjamaah, Amaliyah Ubudiyah, Pembelajaran Kitab Kuning, Hafalan Hadist Doa dan Surat, *Outdoor Learning*, dan pembelajaran pesantren. Selain itu ada program Club Olimpiade, Club Tari, Club PAI ASWAJA, Club Inggris. SD Islam Sabilil Huda menyediakan kegiatan ekstrakurikuler diantaranya, Baca Tulis Al Qur'an dan Pegon, Kaligrafi, Ishari, Rebana Habsyi, Calistung, Kewirusahaan, Olahraga dan Silat Pagar Nusa. Terpenuhinya program unggulan serta kegiatan ekstrakurikuler membuat siswa SD Islam Sabilil Huda banyak meraih prestasi ditingkat Kecamatan, Kabupaten, bahkan Nasional. Dari program unggulan serta pembinaan yang optimal membuat alumni dari SD Islam Sabilil Huda memiliki karakter dan akhlak yang baik.
2. Harga (*Price*), SD Islam Sabilil Huda menetapkan biaya pendidikan yang dibebankan kepada wali murid sesuai dengan pelayanan yang diberikan, mekanisme penetapan biaya yang dilakukan oleh SD Islam Sabilil Huda dengan melaksanakan rapat tahunan sebelum tahun ajaran dimulai.

Selain itu SD Islam Sabilil Huda memberikan bantuan untuk mengajukan beasiswa bagi siswa yang kurang mampu dan berprestasi.

3. Lokasi (*Place*), SD Islam Sabilil Huda memiliki lokasi yang strategi, yaitu berada ditengah perkampungan dan dilingkungan pesantren. Akses untuk menuju SD Islam Sabilil Huda juga cukup mudah karena sudah ada petunjuk arah dari jalan raya. Selain itu, fasilitas yang ada di SD Islam Sabilil Huda juga memadai seperti gedung sekolah lantai 2, ruang kelas ber CCTV, Laboratorium Komputer, Perpustakaan, Lingkungan Pesantren, Lapangan Olahraga, Masjid, dan lainnya.
4. Promosi (*Promotion*), SD Islam Sabilil Huda melaksanakan promosi disetiap kegiatan yang dilaksanakan disekolah maupun diluar sekolah, menggunakan media cetak berupa brosur dan spanduk. Selain itu menggunakan media sosial (*Sosmed*) berupa Facebook, Instagram, WharsApp, dan YouTube. Promosi yang dilakukan oleh SD Islam Sabilil Huda memuat informasi berupa program unggulan sekolah, prestasi yang diperoleh siswa, informasi pendaftaran peserta didik baru serta informasi penting lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di SD Islam Sabilil Huda mengenai strategi marketing mix dalam membangun citra sekolah yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diberikan masukan berupa saran sebagai berikut:

1. Kepala Sekolah

- a. Kepala sekolah harus lebih memperhatikan kebutuhan masyarakat dalam pelayanan pendidikan untuk meningkatkan citra positif sekolah, melalui strategi pemasaran jasa pendidikan yang efektif.
- b. Kepala sekolah harus memperhatikan keunggulan sekolah serta berinovasi agar bisa bersaing dengan sekolah lain bahkan selalu lebih baik dari yang lainnya.

2. Guru

- a. Guru supaya lebih aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan pemasaran jasa pendidikan, dengan memberikan kontribusi sesuai tugas yang sudah diberikan dalam membina siswa serta memberi pelayanan yang terbaik.
- b. Pendidik dan tenaga kependidikan hendaknya lebih maksimal lagi dalam tugas dan terus memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.

3. Sekolah

- a. SD Islam Sabilil Huda sebaiknya lebih mengembangkan strategi marketing mix jasa pendidikan yang telah dilaksanakan dan menjadi ciri khas sekolah, dengan terus meningkatkan program unggulan dan berinovasi dalam melaksanakan promosi.
- b. Mempertahankan harga yang kompetitif serta pelayanan yang memuaskan.