

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan fokus penelitian, paparan data penelitian, dan temuan penelitian mengenai Strategi Promosi sekolah dalam menarik minat masyarakat di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi sekolah dalam menarik minat masyarakat di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk terdiri dari penentuan target promosi sampai dengan penggunaan media yang akan dipakai saat promosi tersebut sebagai berikut:

- a. Penentuan Target Promosi

Strategi dalam penentuan target promosi di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk dilakukan melalui rapat yang membahas beberapa topik seperti memilih tim yang akan mengurus penerimaan peserta didik baru, anggaran dana dan juga proses diselenggaranya penerimaan peserta didik baru.

- b. Penentuan Tujuan Promosi

Strategi tujuan promosi SMPN 1 Pace Nganjuk yaitu untuk bisa meningkatkan kredibilitas serta beragam nilai unggul yang dimiliki bisa diketahui oleh banyak orang sehingga kualitas dari lembaga pendidikan ini pun bisa meningkat.

- c. Penyampaian Pesan Promosi

Penyampaian pesan promosi yang dilakukan oleh SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk meliputi beberapa informasi penting. Diantaranya seperti informasi tentang prestasi yang lembaga miliki, ada juga tentang sarana dan prasarana yang ada, lembaga juga menggunakan program sekolah penggerak, dan ada juga informasi terkait kriteria penerimaan peserta didik baru.

d. Penggunaan Media Promosi

Dalam penggunaan media yang dipakai untuk keperluan promosi SMPN 1 Pace memanfaatkan teknologi yang ada seperti media online yang meliputi Website, Facebook, Instagram, dan Youtube. Sedangkan jenis media cetak yang dipakai seperti majalah cetak dan Majalah Dinding atau Mading.

2. Pelaksanaan strategi promosi sekolah dalam menarik minat masyarakat di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk terdiri dari penentuan target promosi sampai dengan penggunaan media yang akan dipakai saat promosi tersebut sebagai berikut:.

a. Penentuan Target Promosi

Tahap pelaksanaan dalam penentuan target promosi yang ada di SMPN 1 Pace yaitu dimulai dengan jarak beberapa hari atau minggu setelah peserta didik kelas 6 Sekolah Dasar menjalankan ujian akhirnya.

b. Penentuan Tujuan Promosi

Tahapan penentuan tujuan promosi yang terdapat di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk yaitu untuk melakukan sosialisasi maupun

prestasi siswa. Ternyata promosi yang dilakukan juga bertujuan untuk media penampung kreatifitas siswa.

c. Penyampaian Pesan Promosi

Terkait pesan promosi yang akan disampaikan oleh SMPN 1 Pace ada beberapa satu diantaranya yaitu kelas 6 Sekolah Dasar yang sudah melakukan ujian akhir dan memenuhi beberapa kriteria. Dimana kriteria ini tergantung dengan jalur yang dipilih ketika proses Penerimaan Peserta Didik Baru

d. Penggunaan Media Promosi

Terkait penggunaan saluran media promosi di SMPN 1 Pace ada yang jenis media online seperti Website, Facebook, Instagram, Youtube dan jenis media cetak seperti Majalah Dinding dan majalah cetak yang diberikan nama Stupa Pradibta.

B. Implikasi

a. Teoritis

Jika dilihat dari sisi keilmuan penelitian ini mendukung teori dari Muhaimin dan Kotler dan Keller, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran serta juga karya sebagai tamabahan khazanah ilmu pengetahuan. Terutama yang berhubungan dengan teori dari suatu strategi manajemen dalam bidang hubungan masyarakat untuk meningkatkan mutu ataupun kualitas dari lembaga pendidikan.

b. Praktis

Sedangkan dilihat secara umum implikasi penelitian ini dari segi praktis terdiri dari beberapa pihak, diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta wawasan penulis mengenai hal yang berhubungan dengan penerapan manajemen di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk, terlebih mengenai strategi marketing khususnya promosi supaya mampu berjalan dengan lebih baik, efektif dan efisien sehingga bisa membuat sekolah memiliki suasana yang kompetitif.

2) Bagi Lembaga

Penelitian ini bisa dipakai sebagai bahan masukan kepada pihak sekolah untuk terus melakukan pengembangan. Selain itu penelitian ini juga bisa dipakai untuk menunjang perbaikan serta peningkatan nilai lembaga pendidikan sehingga mampu menghasilkan out put atau lulusan yang berkualitas. Penelitian ini bisa juga digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam hal pengelolaan strategi marketing secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan pendidikan yang maksimal.

3) Bagi Pihak Lain yang Membacanya

Penelitian ini bisa menambah serta memperkaya dan daftar teori-teori dalam dunia pendidikan, mampu dijadikan acuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan juga bisa dimanfaatkan untuk kebutuhan dalam pemberian informasi dan pengetahuan terkait strategi

marketing yang baik, maupun dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk peneliti berikutnya.

C. Saran

Dari hasil penelitian ini dapat diajukan saran mengenai strategi promosi sekolah dalam menarik minat masyarakat di SMPN 1 Pace Kabupaten Nganjuk sebagai berikut:

1. Bagi lembaga agar selalu meningkatkan strategi promosi untuk menarik minat masyarakat, salah satunya dengan menyetakan hasil prestasi dan program yang sedang dikembangkan.
2. Bagi peneliti berikutnya bisa menjadi acuan agar bisa melakukan penelitian mengenai strategi promosi sekolah.