

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini telah mendeskripsikan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada SDIT Al Arif Ngebrak Gampengrejo Kediri yang menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan Strategi Pemasaran yang dilakukan di SDIT Al Arif Ngebrak Gampengrejo Kediri yaitu dengan memiliki tujuan pemasaran untuk meningkatkan minat dan juga citra pada lembaga pendidikan pada SDIT Al Arif. Sedangkan Strategi pemasaran, dilihat dari 3 unsur dalam perencanaan pemasaran yaitu segmentasi pasar, targetting, positioning. Segmentasi pasar dan Targetting dengan terbuka untuk siapapun atau umum. Karena Dirasa kurang relevan jika diterapkan pada sekolah dasar. Jadi mengambil atau mencari calon siswa secara bebas dan luas. Sedangkan positioning SDIT Al Arif memiliki banyak keunggulan dibanding sekolah dasar lain disekitar Kecamatan Gampengrejo.
2. Penerapan Strategi Pemasaran yang dilakukan di SDIT Al Arif Ngebrak Gampengrejo Kediri dengan merujuk pada aspek bauran pemasaran 7P. Dirasa sangat relevan untuk pendidikan saat ini dan sudah mulai diterapkan pada SDIT Al Arif. Dengan penerapan 7P mempermudah menarik minat masyarakat. Produk, dengan mempertimbangkan mulai dari input proses hingga output siswa agar terjaga mutu dari produk lembaga. Harga, dilakukan dengan menghitung jumlah anggaran yang akan dipakai selama satu tahun. Lalu akan ditetapkan, kemudian wali siswa membayar uang sekolah sesuai apa yang diperhitungkan. Lokasi, tempat yang strategis dan akses yang mudah membuat minat masyarakat akan tertarik untuk memilih. Promosi, pemasaran melalui secara langsung dari mulut kemulut dan juga tidak langsung melalui media sosial, banner dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi minat masyarakat. Sumber Daya Manusia, guru yang profesional dan berkompeten didalamnya sangat berpengaruh pada proses pembentukan siswa dan berpengaruh pada output siswa atau lulusan. Proses, dengan berjalannya kegiatan belajar mengajar yang sudah diatur oleh kepala sekolah dan waka kurikulum akan mampu memberikan kegiatan belajar mengajar yang kondusif. Sarana dan Prasarana, fasilitas yang diberikan tetap terjaga dengan melakukan pemeliharaan secara rutin dan juga berkala. Tentunya pemeliharaan dilakukan oleh orang yang bisa atau ahli dalam hal tersebut.

3. Implikasi Strategi Pemasaran Di SDIT Al Arif Ngebrak Gampengrejo Kediri dapat diketahui setelah dilaksanakannya perencanaan dan penerapan memiliki hasil bahwa minat masyarakat naik setiap tahunnya, mendapatkan kepercayaan dengan menerapkan 7P yang telah dilakukan. Pasar atau masyarakat tertarik dengan program – program yang dilaksanakan pada SDIT Al Arif Terutama pada proses promosi atau konten yang memberikan gambaran terhadap lembaga tersebut. Selain itu Citra lembaga pada masyarakat dipandang bagus di masyarakat dilihat dari program sekolah, sarana dan prasarana, prestasi siswa dan juga lulusan. Dengan menerapkan mutu dan juga menjaga hubungan baik antara lembaga dengan wali siswa atau masyarakat.

B. Implikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi Teoritis

- a. Hasil Hasil penelitian ini terkait perencanaan pada strategi pemasaran ini menguatkan teori yang dikemukakan *Nanang Fattah* bahwa perencanaan ialah penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan dan sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu seefektif mungkin. Dengan menentukan tujuan dari pemasaran, lalu proses segmentasi pasar, targetting dan possitioning. Maka akan mempermudah proses pemasaran lembaga pendidikan
- b. Hasil penelitian ini terkait penerapan pada strategi pemasaran ini mengembangkan teori yang dikemukakan *Kotler* dalam strategi pemasaran pada lembaga pendidikan yang dirasa sangat relevan dengan perkembangan zaman. Menerapkan bauran pemasaran yaitu 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*). Temuan penelitian ini telah memberikan sumbangsih pengetahuan pada bidang strategi pemasaran yaitu pentingnya promosi dan hubungan antara wali siswa dan masyarakat yang harus tetap terjaga untuk membentuk branding lembaga yang dikenal bagus.
- c. Hasil penelitian ini terkait implikasi pada strategi pemasaran ini menguatkan teori yang dikemukakan *Basu Swastha dan Irawan* bahwa jika seseorang merasa bahwa mereka cenderung puas dan senang setelah mendapatkan atau membeli barang, maka kejadian itulah akan mempertebal dan memperkuat minat seseorang. Dengan memperbaiki mutu dan strategi pemasaran akan menghasilkan minat masyarakat dan terbentuknya mutu lembaga.

2. Implikasi Praktis

- a. Strategi pemasaran lembaga pendidikan dapat dibangun dengan proses perencanaan terlebih dahulu. Hal ini memiliki implikasi bahwa lembaga pendidikan mampu menerapkan kemana arah tujuan dari pemasaran tersebut. Lalu merencanakan langkah – langkah yang akan dilakukan untuk mencapainya.
- b. Strategi pemasaran lembaga pendidikan dapat diwujudkan dengan proses penerapan yang dilakukan. Hal ini berimplikasi bahwa pentingnya peran promosi pada suatu lembaga pendidikan. Memiliki program – program unggulan sebagai ajang untuk mempromosikan suatu lembaga. Peran sosial media yang dirasa penting dalam penyampaian informasi dan promosi.
- c. Strategi pemasaran lembaga pendidikan dapat ditingkatkan dengan perbaikan mutu pada lembaga. Hal ini berimplikasi pada mutu SDM, mutu produk, mutu sarana dan prasarana dan sebagainya. Dengan mutu yang bagus akan menghasilkan kepuasan yang berdampak pada minat masyarakat selanjutnya.
- d. Strategi pemasaran lembaga pendidikan dapat dikuatkan oleh unsur *product, price, place, promotion, people, Process, physical evidence*. Hal ini berimplikasi bahwa lembaga pendidikan harus mampu meningkatkan tata kelola terkait hal tersebut. Untuk mendapatkan minat masyarakat dan cinta yang bagus.

C. SARAN

1. Bagi Lembaga

Pada penelitian ini peneliti sedikit memberikan sumbangan pemikiran untuk lembaga pendidikan SDIT Al Arif agar semakin berkembang dari masa ke masa dan tentunya menjadi lebih baik. Yaitu, kekosistenan dalam melaksanakan sebuah program kegiatan dan promosi kepada masyarakat, membuka kritik dan saran kepada wali siswa untuk memberikan sebuah ide dan masukan agar dapat menjadi lembaga pendidikan yang mampu memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi akses dalam penelitian selanjutnya terutama dalam keilmuan manajemen pada bahasan mengenai strategi pemasaran dalam lingkup pendidikan.