

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada bab sebelumnya tentang Strategi Penerapan Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Di SMK Al Huda Kota Kediri maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Strategi penerapan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial di SMK Al Huda Kota Kediri adalah dengan mengadopsi fungsi manajemen dari George R. Terry dimana fungsi manajemen tersebut ada perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan juga pengawasan (*controlling*). Dimana hal tersebut dimulai dari rapat penentuan seseorang yang bertanggung jawab dan pembagian tugasnya, pembuatan konten dan pengunggahan konten, survey media sosial, penetapan anggaran, serta sampai pada kegiatan pengawasan.
2. Kendala dihadapi dan cara mengatasi kendala dalam strategi penerapan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial di SMK Al Huda Kota Kediri yaitu kendalanya banyak orang tua yang tidak sepenuhnya memahami dan mengerti tentang penggunaan media sosial ini serta terdapat adanya keterbatasan dalam bersosialisasi secara langsung karena adanya pandemi. Tindak lanjut terhadap kendala yang dialami yaitu dengan pemilihan dan pemanfaatan media lain sehingga kegiatan pemasaran ini masih dapat menjangkau orang tua yang tidak bisa menggunakan media sosial.

3. Dampak strategi penerapan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial di SMK Al Huda Kota Kediri yaitu sebelum strategi penerapan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial masih dilakukan secara konvensional yaitu seperti pembuatan brosur, spanduk, dan lain-lain, dimana hal itu membutuhkan banyak biaya. Sedangkan dampak atau hasil sesudah strategi penerapan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial adalah kenaikan persentase secara perlahan-lahan, dapat mengurangi biaya pembuatan brosur, spanduk, dan baliho, serta dapat menjangkau lebih luas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka terdapat beberapa saran dalam penelitian ini dan saran tersebut ditujukan kepada:

1. Guru atau Staff Bagian Pemasaran Pendidikan

Guru atau Staff Bagian Pemasaran Pendidikan yang terlibat dalam kegiatan pemasaran haruslah sering-sering meng-update hal-hal baru terkait dengan strategi pemasaran pendidikan khususnya dengan basis media sosial dan mengikuti perkembangan media sosial yang saat ini sedang diminati oleh banyak orang sehingga tujuan dari pemasaran pendidikan ini dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan yang diharapkan.

2. Peneli Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan pembahasan penelitian ini untuk dapat memberikan masukan dalam merancang

penelitian berkaitan dengan pemasaran pendidikan khususnya dengan basis media sosial yang belum tercover dalam penelitian ini. Meskipun nantinya akan memiliki tema atau topik yang sama yaitu tentang strategi penerapan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial, dapat juga dengan dilakukannya pendekatan penelitian yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dari hasil penelitian.