

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada rumusan masalah, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Humas dalam Meningkatkan Perencanaan Pemasaran di SMK Al Huda Kota Kediri.

Sebelum melaksanakan pemasaran, sekolah terlebih dahulu melaksanakan rapat untuk menyusun strategi pemasaran karena dengan adanya penyusunan strategi pemasaran maka nantinya akan mencapai tujuan dan tujuannya ialah agar masyarakat berminat untuk mendaftarkan anaknya ke SMK Al Huda Kota Kediri. Kemudian dilanjutkan dengan penyusunan strategi, dimana dalam penyusunan strategi pemasaran di SMK Al Huda Kota Kediri tiga strategi, yakni strategi pemasaran offline, strategi pemasaran online, dan branding sekolah.

2. Pengorganisasian dalam Meningkatkan Pemasaran di SMK Al-Huda Kota Kediri

Dalam pengorganisasian pemasaran terdapat ide-ide yang muncul yang kemudian di konspkan oleh tim PPDB. Dalam proses pengorganisasian pemasaran juga banyak melibatkan banyak orang dengan membentuk tim khusus dari diluar tim PPDB yaitu tim publikasi yang memiliki tugas untuk memasang banner atau

menyebarkan pamflet dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat atau sekolah-sekolah serta melakukan promosi di media sosial.

### 3. Pelaksanaan dalam Meningkatkan Pemasaran SMK Al-Huda Kota Kediri.

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran, humas di SMK Al-Huda memiliki beberapa program-program yang direncanakan. Program yang sudah direncanakan akan dibahas kembali dengan tim khusus di SMK Al-Huda, kemudian akan di koordinasikan kepada semua pihak yang memiliki tanggung jawab. Kemudian pada pelaksanaan pemasaran jasa dibidang pendidikan, humas yang berada di SMK Al-Huda menggunakan berbagai strategi pemasaran yaitu seperti seperti pemasaran secara online yang menyebarkan brosur, foto, atau video yang dapat menarik calon peserta didik melalui media sosial seperti youtube, tiktok, instagram, whatsapp, facebook, dan media soaial lainnya. Selain melalui media sosial, humas juga memasarkan jasa dengan melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat maupun sekolah-sekolah serta adanya pemasangan baliho yang berada disekitar lingkungan. Dalam proses pelaksanaan pemasaran humas sekolah juga akan menampilkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki sekolah di SMK Al-Huda seperti fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki, kelas-kelas unggulan, serta prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh para siswa di SMK Al-Huda.

#### 4. Pengawasan dalam Meningkatkan Pemasaran di SMK Al-Huda Kota Kediri

Dalam pengawasan pemasaran di SMK Al Huda Kota Kediri menggunakan metode evaluasi, dimana di dalamnya ada tiga hal yakni, waktu evaluasi, pengevaluasi strategi pemasaran, dan tolak ukur evaluasi. Kemudian peranan humas di SMK Al-Huda juga dapat dikatakan sudah baik karena adanya kegiatan evaluasi yang dilakukan rutin dalam setiap bulan. Hasil dari kegiatan evaluasi tersebut berbentuk sebuah laporan. Humas akan memberikan laporan tersebut kepada kepala sekolah dan pihak sekolah lainnya mengenai perkembangan pelaksanaan programnya. Apabila dalam pelaksanaan terdapat sebuah kendala maka dari laporan tersebut akan dicari solusi bersama dalam menyelesaikan kendala tersebut. adanya kendala tersebut dapat dijadikan bahan evaluasi agar penyusunan program kedepannya bisa jauh lebih baik.

Peran humas dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMK Al-Huda berperan untuk mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pihak internal dan pihak eksternal yang berada di lingkungan sekolah. Peran humas di SMK Al-Huda dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari kerjasama yang baik dari semua pihak sekolah dalam menjalankan pemasaran jasa dibidang pendidikan. Selain itu, semua pihak juga berkomunikasi secara efektif dan memberikan *feedback* yang baik sehingga target yang telah rencanakan dapat tercapai dengan maksimal.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

### **1. Bagi Sekolah**

- a) Pemasaran yang ada di SMK Al Huda Kota Kediri harus di rencanakan dengan lebih baik lagi agar setiap tahunnya program dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan target yang sudah di tetapkan.
- b) Diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam pembuatan pamflet atau brosur agar masyarakat lebih tertarik.
- c) Lebih meningkatkan strategi pemasaran dengan memperhatikan kelemahan dan ancaman strategi .
- d) Menigkatkan proses pengawasan dalam pelaksanaan strategi pemasaran.

### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Hasil penelitian bisa digunakan sebagai dasaran atau referensi dalam meneliti peran humas dalam strategi pemasaran di lembaga lain sehingga bisa dikembangkan agar bisa menjadi lebih sempurna.