

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

#### A. Simpulan

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea Bangyangsonggong di Losari Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan daya saing menggunakan dua cara yaitu strategi pemasaran secara langsung dilakukan dengan media sosial facebook, memasang spanduk di sekitar lingkungan lembaga pendidikan dan pelatihan, melakukan sosialisasi dengan SMK/SMA sederajat baik negeri maupun swasta, Testimoni dari peserta kursus dan alumni. Strategi pemasaran secara tidak langsung dengan cara ikut andil menjadi salah satu donator tim sepak bola di karangtaruna cup desa panggangsari, dan dengan cara ikut serta melaksanakan qurban di masjid desa panggangsari.
2. Peningkatan daya saing di lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea Bangyangsonggong setelah adanya strategi pemasaran di lembaga Pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa korea Bangyangsonggong ini mengalami peningkatan setelah dilakukannya strategi pemasaran secara langsung dan strategi pemasaran secara tidak langsung, juga dengan dukungan fasilitas dan kuantitas yang diberikan oleh lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea Bangyangsonggong.
3. Evaluasi di lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea Bangyangsonggong setelah dilakukannya stretegi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya saing ini melakukan evaluasi yaitu mengevaluasi pengorganisasian di lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea Bangyangsonggong. Karena pengorganisasian di lembaga pendidikan dan pelatihan ini masih belum maksimal, semua masih dikelola oleh kepala lembaga. Evaluasi ini berguna untuk memperbaiki strategi pemasaran yang selanjutnya supaya lebih baik lagi.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan simpulan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

Strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan hal yang penting dilakukan oleh Lembaga Pendidikan, hal ini berguna untuk mengatur posisi yang tepat dalam mempromosikan jasa pendidikan yang kita tawarkan. Setelah adanya strategi pemasaran lembaga pendidikan mengalami peningkatan, dan hal tersebut akan dilakukan sebuah evaluasi untuk melakukan strategi selanjutnya supaya lebih baik lagi.

Adapun terkait pemasaran jasa pendidikan itu sangat penting, karena lembaga pendidikan perlu merencanakan strategi pemasaran dengan baik. Sehingga lembaga pendidikan dan pelatihan tersebut dapat bersaing.

## **C. Rekomendasi**

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak di lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea Bangyangsonggong, agar pemasaran jasa Pendidikan berjalan dengan baik dan lancar serta dapat bersaing di losari, maka penulis memberikan saran, antara lain:

1. Bagi Lembaga Pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa korea bangyangsonggong diharapkan dalam melaksanakan strategi pemasaran jasa Pendidikan dengan lebih baik lagi sehingga tujuan lembaga dapat tercapai dengan maksimal. Serta dalam menghadapi persaingan dari lembaga pendidikan dan pelatihan kursus Bahasa Korea lain, kepala lembaga untuk lebih mengorganisasikan lagi pengelolaan lembaga pendidikan dan pelatihan kursus dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sehingga pelanggan puas akan pelayanan pendidikan dan pelatihan yang diberikan
2. Bagi pembaca secara umu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran terkait dengan manajemen pemasaran jasa Pendidikan yang dilakukan oleh Lembaga Pendidikan dan pelatihan kursus dalam meningkatkan daya saing.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian diharapkan menjadi masukan dan landasan awal bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat permasalahan tentang strategi pemasaran, khususnya di Lembaga Pendidikan dan pelatihan kursus.

