

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tingginya animo masyarakat terhadap SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum merupakan buah keberhasilan lembaga pendidikan tersebut dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat khususnya kepada siswa dan orang tua siswa. Berdasarkan paparan hasil temuan penelitian maka dapat peneliti simpulkan beberapa hal untuk menjawab fokus penelitian yang telah dirumuskan diawal yaitu:

1. Layanan jasa pendidikan di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum memprioritaskan pada upaya memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan, hal ini dapat diindikasikan dari 3 halberikut;
 - a. Layanan mutu akademik, baik di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum fokus memberikan layanan akademik yang terbaik kepada siswa. Karena SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum adalah sekolah berbasis Islam maka lebih banyak menonjolkan agamanya.
 - b. Standarisasi guru dan staf sekolah, dalam hal sumber daya manusia SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum berorientasi kepada kualitas dan profesionalisme para pendidik dan tenaga

kependidikan. Kualifikasi pendidikan yang dimiliki adalah para sarjana S1 (strata satu) sesuai dengan bidangnya.

c. Mutu lulusan (*output*), lulusan bekerja di perusahaan ternama, memiliki karakter lulusan yang berprestasi baik akademik maupun non akademik serta memiliki keagungan akhlak sehingga terpenuhinya kebutuhan pelanggan pengguna jasa pendidikan.

2. Strategi Pemasaran dalam meningkatkan citra di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum dilakukan dengan strategi langsung dan tidak langsung. Strategi langsung yaitu promosi yang menyebarkan brosur, kalender, pamflet, memasang baliho, spanduk, media cetak dan media televisi. Promosi tidak langsung dengan mengadakan beberapa kegiatan seperti gebyar maulid, mengadakan kegiatan lomba futsal baik tingkat daerah, even lomba baik tingkat daerah provinsi maupun internasional. Kemudian strategi pemasaran dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan dilakukan sebagai strategi bersaing. Strategi pembiayaan dan pembukaan pendaftaran siswa baru lebih awal juga dilakukan kedua lembaga untuk menarik pelanggan. Namun demikian strategi yang efektif di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan (*output*) dan membangun citra kepuasan

layanan melalui berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

3. Keberhasilan strategi pemasaran terhadap pencitraan di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum adalah sebagai berikut;

a. Kepercayaan masyarakat semakin kuat, yaitu dengan bertambahnya pengguna jasa pendidikan di kedua lembaga dari tahun ke tahun.

b. Adanya dukungan dan kerja sama dari masyarakat, khususnya orang tua siswa dalam setiap kegiatan atau even di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum.

c. Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan yang ikut membantu memasarkan pendidikan dari mulut ke mulut dan menjadi pelanggan setia yang kembali menggunakan jasa pendidikan di lembaga SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum.

B. Saran

Berdasarkan permasalahan yang penulis yang bahas dalam penelitian ini yaitu mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum), maka penulis hendak menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi kepala sekolah, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu informasi tentang perlunya pemimpin sekolah selalu bekerjasama dengan berbagai elemen masyarakat dan sebaiknya menjalankan perannya sebagai figur karismatik di mata masyarakat. Sehingga dapat meningkatkan citra lembaga pendidikan dan lebih diterima lagi di mata masyarakat.
2. Bagi praktisi hubungan masyarakat, perlunya membuat perencanaan yang sistematis dan matang terkait strategi pemasaran pendidikan. Serta mengadakan evaluasi kegiatan pemasaran untuk meningkatkan peran humas di sekolah.
3. Bagi pengelola institusi pendidikan, bahwa realita persaingan pendidikan di sekolah negeri maupun swasta perlu mendapat perhatian khusus. Perlu adanya peraturan yang mengatur tentang jumlah siswa yang bisa ditampung oleh setiap sekolah. Sehingga persaingan yang terjadi adalah persaingan yang positif.
4. Bagi guru dan staf sekolah berperan aktif dalam meningkatkan citra lembaga dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.
5. Bagi peneliti lain, kiranya dapat ditindaklanjuti penelitian ini dengan model yang lebih luas, di mana dapat digunakan objek penelitian lebih banyak serta menggunakan parameter atau indikator-indikator yang lebih banyak agar dapat mengungkap

realita yang sebenarnya dengan setting lokasi dan waktu yang berbeda.

