

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai strategi *experiential marketing* Sekolah Berbasis Pesantren di SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi:

1. SMA Islam Al-mizan Jatiwangi adalah Sekolah Berbasis Pesantren yang menawarkan jasa pendidikannya melalui promosi PPDB. Strategi pemasaran yang digunakan dalam promosi PPDB adalah strategi *experiential marketing*, yaitu strategi pemasaran jasa pendidikan berbasis pengalaman.
2. Reformulasi strategi *experiential marketing* pada Sekolah Berbasis Pesantren dalam promosi PPDB SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi, yaitu dengan menciptakan pengalaman calon siswa baru melalui *Strategic Experiential Modules* (SEMs) yang merupakan pendukung bagi *experiential marketing*; dan *Experiential Provider* (Explos) yang merupakan alat taktis dalam *experiential marketing*. Adapun alat taktis yang digunakan dalam kegiatan pemasaran PPDB SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi yaitu hanya menggunakan tiga dari tujuh alat taktis yang dirumuskan oleh Schmitt, yakni *communication*, *spatial environment*, dan *people*. Tiga alat taktis tersebut terintegrasi oleh lima perangkat *Strategic Experiential*

*Marketing Modules* (SEMs), yakni *sense* (panca idera), *feel* (rasa), *think* (pola pikir), *act* (perilaku) dan *relate* (pertalian).

3. Dampak dari reformulasi strategi *experiential marketing* pada Sekolah Berbasis Pesantren dalam promosi PPDB SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi dinilai positif oleh beberapa calon siswa baru sebagai usaha pengenalan Sekolah dengan menggunakan cara yang unik karena melibatkan secara langsung calon siswa baru dalam usaha pengenalan Sekolah Berbasis Pesantren.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Strategi promosi PPDB Sekolah Berbasis Pesantren hendaknya dikonsepsi dengan strategi pemasaran jasa yang lebih kreatif dan mampu menarik perhatian calon siswa baru.
2. Reformulasi strategi *experiential marketing* hendaknya dikonsepsi dengan baik yang disesuaikan dengan jasa pendidikan yang ingin ditawarkan kepada calon siswa baru.
3. Untuk mendapat animo positif dari penerapan reformulasi strategi *experiential marketing* panitia tim PPDB hendaknya lebih detail memperhatikan lima unsur SMEs yang melibatkan *sense*, *feel*, *think*, *act* dan *relate* pada semua alat taktis Expro yang digunakan.