

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai strategi pemasaran pendidikan berbasis *Marketing Mix* (7P) di SMK Farmasi Muhammadiyah Cirebon, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi *Marketing Mix* (7P), Sekolah telah menerapkan tujuh elemen pemasaran secara komprehensif. Strategi unggulan terletak pada aspek *Product* (kualitas laboratorium dan program keagamaan), *Promotion* (kombinasi kunjungan langsung dan media sosial), serta *People* (pelibatan seluruh warga sekolah). Unsur *Price* dikelola melalui program beasiswa untuk mengatasi persepsi biaya tinggi.
2. Strategi pemasaran di SMK Farmasi Muhammadiyah Cirebon didorong oleh faktor pendukung utama yang meliputi reputasi historis sebagai sekolah farmasi tertua di Ciayumajakuning sejak tahun 1980, ketersediaan fasilitas laboratorium yang lengkap sebagai bukti fisik keunggulan, serta sinergi yang kuat antara pihak sekolah, yayasan, dan alumni. Sebaliknya, terdapat faktor penghambat yang muncul dari sisi eksternal berupa kebijakan zonasi sekolah negeri yang mengurangi jumlah pendaftar ke sekolah swasta dan persepsi masyarakat mengenai biaya pendidikan yang dianggap mahal. Selain itu, hambatan internal juga terlihat dari keterbatasan waktu tenaga pendidik dalam menjalankan tugas promosi karena harus berbagi fokus dengan jadwal mengajar yang padat, sehingga pelaksanaan strategi pemasaran belum dapat berjalan maksimal sepanjang tahun.
3. Hasil Pemasaran, Strategi ini terbukti cukup efektif dalam mempertahankan eksistensi sekolah di tengah persaingan ketat, terlihat dari peningkatan pendaftaran pada gelombang awal dan perluasan jangkauan asal calon peserta didik hingga ke luar daerah. Penerapan strategi pemasaran secara konsisten terbukti efektif meningkatkan minat calon peserta didik. Hal ini diindikasikan dengan tercapainya target

kuota pada gelombang pendaftaran awal dan meluasnya asal daerah calon siswa yang kini tidak hanya berasal dari Cirebon, tetapi juga menjangkau Kabupaten Subang, Brebes, hingga Indramayu

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

- a. Pentingnya Bukti Nyata, Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dalam jasa sekolah, penampilan fasilitas (laboratorium) dan pelayanan guru adalah hal yang paling diperhatikan orang tua saat memilih sekolah.
- b. Nilai Tambah Agama, Menunjukkan bahwa mencampurkan pelajaran umum dengan nilai agama (seperti program Tahfidz) menjadi daya tarik khusus yang membedakan sekolah swasta dengan sekolah negeri.
- c. Kekuatan Rekomendasi, Menegaskan bahwa kepuasan alumni dan orang tua adalah alat promosi "mulut ke mulut" yang paling ampuh untuk menjaga nama baik sekolah.

2. Implikasi Praktis

- a. Kesesuaian Promosi, Sekolah harus memastikan apa yang dipromosikan sesuai dengan kenyataan di lapangan, karena fasilitas laboratorium yang bagus adalah alasan utama siswa mendaftar.
- b. Pemanfaatan Media Sosial, Mengingat calon siswa adalah anak muda, penggunaan TikTok dan Instagram sangat penting untuk memberikan informasi secara cepat dan menarik.
- c. Solusi Biaya, Untuk mengatasi anggapan bahwa sekolah ini mahal, sekolah perlu terus menyediakan berbagai pilihan beasiswa agar tetap bisa bersaing dengan sekolah negeri.
- d. Pembagian Tugas, Perlu ada aturan yang jelas agar guru tidak terlalu terbebani antara tugas mengajar dan tugas promosi, sehingga kegiatan pemasaran bisa berjalan maksimal sepanjang tahun.

C. Rekomendasi

1. Pihak Sekolah

- a. Mengadakan pelatihan berkala bagi tim sukses PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) terkait strategi digital marketing, teknik komunikasi persuasif, dan pelayanan prima (service excellence). Serta memberikan kesempatan bagi guru dan staf untuk mengikuti seminar atau workshop mengenai tren pemasaran pendidikan di era Gen-Z.
- b. Sekolah perlu terus memperbarui fasilitas laboratorium farmasi dan kimia agar tetap modern dan sesuai dengan standar industri terkini. Menyediakan area sekolah yang bersih, nyaman, dan mencerminkan citra sekolah kesehatan yang profesional untuk menjaga kepercayaan orang tua dan calon siswa (bukti fisik).
- c. Mengoptimalkan promosi melalui media sosial dengan membuat konten yang lebih kreatif, seperti video testimoni alumni yang sudah sukses bekerja atau dokumentasi kegiatan praktikum yang menarik. Berkolaborasi dengan siswa (sebagai duta sekolah) untuk menjangkau calon peserta didik dari kalangan SMP/MTs secara lebih akrab dan kekinian.
- d. Menyediakan sistem pendaftaran online yang lebih stabil dan mudah diakses dari perangkat apa pun (otomasi proses). Serta memperluas jangkauan program beasiswa (seperti Tahfidz dan Prestasi) dan mensosialisasikannya lebih awal untuk menarik minat calon siswa dari berbagai kalangan ekonomi.

2. Peserta Didik dan Alumni

- a. Peserta didik disarankan untuk aktif membagikan pengalaman positif mereka selama belajar di SMK Farmasi Muhammadiyah Cirebon, baik melalui media sosial pribadi maupun saat berkunjung ke sekolah asal (SMP). Menjadikan prestasi di bidang farmasi sebagai kebanggaan untuk meningkatkan citra sekolah.

- b. Peserta didik dapat memanfaatkan fasilitas laboratorium dan perpustakaan secara optimal untuk mengasah skill kejuruan. Memanfaatkan program bimbingan karier yang disediakan sekolah untuk mempersiapkan diri masuk ke dunia kerja atau melanjutkan ke perguruan tinggi.
 - c. Alumni disarankan untuk tetap menjalin komunikasi yang baik dengan sekolah melalui ikatan alumni. Memberikan rekomendasi atau informasi lowongan pekerjaan bagi adik kelas serta membantu mempromosikan sekolah di lingkungan kerja atau tempat tinggal masing-masing.
3. Peneliti Selanjutnya
- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian tentang efektivitas penggunaan media sosial (seperti TikTok atau Instagram) secara spesifik dalam memengaruhi keputusan siswa memilih sekolah kejuruan. Menganalisis dampak kepuasan siswa terhadap loyalitas alumni dalam mempromosikan sekolah.
 - b. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing poin dari 7P (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik) terhadap minat daftar siswa secara statistik agar hasilnya lebih akurat.
 - c. Peneliti selanjutnya juga dapat mengidentifikasi kendala mendalam yang dihadapi sekolah swasta dalam bersaing dengan sekolah negeri setelah adanya kebijakan zonasi. Menyusun strategi pemasaran yang lebih inovatif untuk sekolah menengah kejuruan kesehatan di tengah persaingan pasar yang semakin padat.