

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran di SDIT Sabilul Huda dengan memperhatikan bauran pemasaran sudah baik dalam pelaksanaannya. Melakukan pelayanan yang baik, dan mengutamakan kenyamanan para konsumen. Manajemen pemasaran di SDIT Sabilul Huda Kota Cirebon diawali dari perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, penganggaran, dan pengawasan.
2. Penghambat bauran pemasaran yang terjadi di SDIT Sabilul Huda Kota Cirebon, yaitu terjadinya kemacetan karena lahan parkir yang kurang mencukupi, persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan, kerja tim, dan hubungan masyarakat.
3. Implikasi strategi bauran pemasaran terhadap SDIT Sabilul Huda Kota Cirebon, adanya daya saing semakin ketat, reputasi sekolah yang harus dipertahankan, dan jejaring yang harus dijaga hubungannya. Adapun respon dari masyarakat sekolah mendukung untuk kemajuan sekolah tersebut. Jumlah peserta didik semakin meningkat.

B. Saran

Hasil penelitian ini disarankan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Penelitian ini disarankan dapat menjadi sumber kajian dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan karena di dalam penelitiannya terdapat teori-teori tentang pemasaran jasa pendidikan.
2. Saran Praktis
 - a. Bagi peneliti: Bisa ditindaklanjuti penelitiannya dengan membahas perbandingan antar dua strategi pemasaran jasa pendidikan di suatu lembaga pendidikan.
 - b. Bagi mahasiswa manajemen pendidikan islam: sebagai motivasi agar bisa mengembangkan dan menerapkan ilmu manajemen pendidikan

islam dalam kehidupan sehari-hari.

- c. Bagi pembaca: sebagai tambahan wawasan dan informasi tentang pembelajaran manajemen pendidikan diwilayah kajian pemasaran jasa pendidikan.

