

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dari Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Strategi Produk Jasa Pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta

Strategi produk jasa pendidikan merupakan kegiatan dalam menciptakan suatu pelayanan dalam bidang pendidikan. Strategi produk jasa pendidikan yang dilakukan SMK Muhammadiyah 7 Jakarta yaitu dengan menggunakan prinsip manajemen mulai dari perencanaan hingga pengevaluasian. Pada tahap perencanaan, melalui rapat kerja menetapkan dasar dan tujuan produk, menetapkan langkah-langkah yang dilakukan hingga izin produk. Pada tahap pengorganisasian, terdapat kegiatan pembagian tugas dan wewenang dalam menjalankan program yang telah direncanakan. Kemudian pada saat tahap tindakan berlangsung program yang telah direncanakan dilakukan, pada tahap ini juga dilakukan tahap pengawasan. Dan yang terakhir tahap evaluasi yang dilakukan pada saat akhir semester.

Terdapat tiga produk jasa pendidikan yang berupa kompetensi keahlian yang ada di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta yaitu kompetensi keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga, kompetensi keahlian Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran, kompetensi keahlian Teknik Komputer dan Jaringan. Selain produk jasa kompetensi keahlian tersebut SMK Muhammadiyah 7 Jakarta juga memiliki produk jasa yang berupa kegiatan ekstrakurikuler.

Dalam memaksimalkan produk jasa tersebut, SMK Muhammadiyah 7 Jakarta memiliki sarana dan prasarana yang sangat baik. Pada setiap kompetensi keahlian memiliki ruang praktek khusus yang mendukung proses pembelajaran. Sehingga antara teori dan praktek pelajaran dapat dilakukan dengan optimal. Selain itu sarana dan prasarana pendukung pendidikan yang ada di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta juga cukup baik.

b. Strategi Promosi Jasa Pendidikan di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta

Strategi promosi jasa pendidikan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk jasa pendidikan. SMK Muhammadiyah 7 Jakarta melakukan strategi promosi jasa pendidikan dengan menggunakan prinsip manajemen, mulai dari perencanaan hingga pengevaluasian.

Pada tahap perencanaan promosi jasa pendidikan dilakukan kegiatan menentukan media yang digunakan dalam promosi, penentuan di mana promosi dilakukan dan hal yang melatar belakangi kegiatan promosi tersebut. Selanjutnya tahap pengorganisasian, pada tahap ini kegiatannya adalah membentuk Tim Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), dan menentukan tugas dan tanggung jawab anggota tim. Selanjutnya adalah tahap promosi, tahap promosi dilakukan dengan cara langsung dan tak langsung.

Promosi langsung dilakukan pihak SMK Muhammadiyah 7 Jakarta dengan mendatangi sekolah jenjang SMP/Mts dan melakukan presentasi terkait pelayanan jasa pendidikan yang ada di SMK Muhammadiyah 7 Jakarta. Sasaran presentasi itu dilakukan yaitu peserta didik kelas IX yang akan mengenyam pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Promosi tak langsung dilakukan SMK Muhammadiyah 7 Jakarta dengan cara sosialisasi di media sosial baik itu media sosial resmi dan media sosial para tenaga pendidik dan tenaga kependidikan. Dalam kegiatan promosi seluruh warga SMK Muhammadiyah 7 Jakarta juga ikut menyebarkan informasi terkait pelayanan jasa SMK Muhammadiyah 7 Jakarta. Alat yang digunakan dalam sosialisasi melalui media sosial berupa poster, foto dan lain-lain. Alat-alat tersebut didesain dengan semenarik mungkin agar menarik simpati masyarakat. Pada tahap promosi ini juga terdapat tahap pengawasan yaitu dengan

rapat koordinasi selama kegiatan berlangsung. Yang terakhir adalah tahap pengevaluasian yaitu pada kegiatan ini ditemukan masalah atau kendala yang dialami selama promosi, hasilnya akan menjadi bahan acuan untuk strategi promosi masa yang akan datang.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa strategi produk jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 7 Jakarta berimplikasi pada kualitas lulusan. Dengan menggunakan prinsip manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, tindakan, pengawasan, pengevaluasian diharapkan strategi produk jasa yang dihasilkan dapat memenuhi standar kelulusan dan harapan masyarakat. Hal itu dikarenakan SMK Muhammadiyah 7 Jakarta melihat situasi dan kondisi yang terjadi sesuai kebutuhan pendidikan yang ada di masyarakat. Pada setiap produk jasa yang berupa kompetensi keahlian memiliki visi dan misi serta tujuan yang jelas. Seluruh warga sekolah termasuk kepala sekola, pendidik dan tenaga kependidikan berupaya optimal agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Selain itu strategi promosi jasa pendidikan SMK Muhammadiyah 7 Jakarta yang dilakukan berimplikasi pada calon peserta didik dan masyarakat. Strategi promosi yang dilakukan dengan menerapkan prinsip manajemen yang optimal diharapkan dapat menarik calon peserta didik agar memilih SMK Muhammadiyah 7 Jakarta sebagai tempat untuk

melanjutkan jenjang pendidikan selanjutnya. Untuk keberhasilan suatu lembaga pendidikan dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut menawarkan layanan yang memuaskan bagi pelanggannya dengan menggunakan strategi promosi dengan maksimal.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan implikasi yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah SMK Muhammadiyah 7 Jakarta

Bagi Kepala Sekolah SMK Muhammadiyah 7 Jakarta peneliti menyarankan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam mengoptimalkan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan. SMK Muhammadiyah 7 Jakarta diharapkan agar lebih tepat memilih strategi produk dan strategi promosi jasa pendidikannya dalam situasi dan kondisi yang sesuai dengan apa yang terjadi di masyarakat.

2. Bagi Peneliti Lain

Saran yang dapat diberikan bagi peneliti lain adalah hendaknya melakukan penelitian dengan metode dan sub fokus penelitian yang berbeda agar informasi yang didapatkan lebih bervariasi dan akurat terkait dengan bauran pemasaran jasa pendidikan.