

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Elemen-elemen bauran pemasaran dalam pemasaran jasa pendidikan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin berdasarkan skor dan hasil wawancara secara keseluruhan paling sesuai dengan para orang tua dari SMPIT. Serta sesuai bagi para orang tua dari SMPN dan MTsN.
2. Elemen produk yang ditawarkan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin berupa program pembelajaran dan pembelajaran tambahan, menurut orang tua peserta didik kelas IX SMPN, MTsN, dan SMPIT sudah memenuhi harapan mereka dengan kategori tinggi. Serta dalam membuat elemen produk, SMAIT Ukhuwah Banjarmasin melakukan riset berupa observasi terhadap kompetitor sebelum membuat strategi pemasaran, membuat produk seperti program yang sesuai kebutuhan/minat peserta didik, menawarkan keunggulan dan reputasi kualitas yang baik di mata masyarakat.
3. Elemen harga yang diterapkan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin menurut orang tua peserta didik kelas IX SMPN, MTsN, dan SMPIT, sesuai kualitas layanan yang akan diberikan dengan kategori tinggi, karena mereka dan memberikan keringanan berupa tarif pendidikan bisa dibayar secara bertahap/cicil serta penyesuaian biaya pendidikan untuk calon peserta didik baru yang loyal dengan

sekolah di bawah Yayasan Ukhuwah. Namun bagi orang tua peserta didik kelas IX MTsN harga yang diterapkan rata-rata belum sesuai kemampuan mereka.

4. Elemen tempat yaitu lokasi SMAIT Ukhuwah Banjarmasin menurut orang tua peserta didik kelas IX SMPN, MTsN, dan SMPIT, mudah dijangkau dan berada dilingkungan yang aman dengan kategori tinggi. Serta berada dilokasi strategis dan dekat dengan pusat kota.
5. Elemen promosi dari semua media promosi yang dipakai SMAIT Ukhuwah Banjarmasin diketahui orang tua peserta didik SMPIT dan berada di kategori tinggi. Namun belum di semua media promosi yang dipakai SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, diketahui oleh orang tua peserta didik SMPN dan MTsN, karena hanya berada di kategori sedang. Media promosi yang paling berpengaruh yaitu melalui perbincangan (*word of mouth*) dan media sosial sedangkan media promosi paling jarang diketahui adalah *website*.
6. Elemen sumber daya manusia yang ada pada SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, menurut orang tua peserta didik kelas IX SMPN, MTsN, dan SMPIT diyakini dalam kategori tinggi adalah orang-orang yang profesional dibidangnya, dengan kualifikasi pendidik minimal S1 sesuai bidang kompetensi dan untuk tenaga kependidikannya juga sesuai bidang keahlian masing-masing namun dalam jumlah tenaga kependidikan khususnya tenaga administrasi belum memadai.
7. Elemen fasilitas fisik yang ada di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, menurut orang tua peserta didik kelas IX SMPN, MTsN, dan SMPIT. Menarik perhatian dan diyakini cukup dan memadai untuk mendukung pembelajaran dengan

kategori tinggi, serta sesuai standar minimal bahkan melebihi standar minimal yang ditetapkan pemerintah.

8. Elemen proses atau layanan yang akan diberikan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, SMAIT Ukhuwah Banjarmasin menurut orang tua peserta didik kelas IX SMPN, MTsN, dan SMPIT. Diyakini dengan kategori tinggi memenuhi harapan mereka. Komitmen dari SMAIT Ukhuwah Banjarmasin untuk menjaga kualitas layanan untuk selalu berkualitas baik, terutama pada layanan utama mereka yaitu proses pembelajaran berdiferensiasi dan layanan pendidikan tiga pilar dengan selalu dijalankan sesuai program dan senantiasa dimonitoring pelaksanaannya dan dilakukan evaluasi, serta pelayanan administrasi mereka, yang selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik dan maksimal, seperti cepat dan tanggap tanpa membeda-bedakan perlakuan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian. Penulis merekomendasikan beberapa saran untuk SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, diantaranya yaitu:

1. Penelitian yang akan datang, diharapkan untuk lebih mencermati tentang hubungan bauran pemasaran dengan keinginan mendaftar dalam konteks yang lebih luas lagi, misalnya di wilayah Kalimantan Selatan.
2. Pihak SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, diharapkan untuk mengadakan kembali program beasiswa atau bina lingkungan untuk lebih meningkatkan minat calon pelanggan untuk mendaftar, terutama yang berada di sekitaran lokasi SMAIT Ukhuwah Banjarmasin.

3. Pihak SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, diharapkan untuk menambah tenaga kependidikan untuk melakukan pelayanan agar tetap optimal, mengingat terus meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahunnya di SMAIT Ukhuwah Banjarmasin.
4. Pihak SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, diharapkan untuk menambahkan fasilitas penunjang untuk para penyandang disabilitas.
5. Pihak SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, diharapkan untuk lebih memaksimalkan promosi pada sekolah/madrasah yang ada di sekitaran wilayah SMAIT Ukhuwah Banjarmasin.
6. Pihak Yayasan Ukhuwah Banjarmasin, diharapkan dapat meniru keberhasilan penggunaan strategi bauran pemasaran dalam pemasaran jasa yang digunakan oleh SMAIT Ukhuwah Banjarmasin untuk diterapkan bagi sekolah lain di bawah naungan Yayasan Ukhuwah Banjarmasin.
7. Pihak Dinas Pendidikan, diharapkan dengan keberhasilan penggunaan strategi bauran pemasaran dalam pemasaran jasa yang digunakan oleh SMAIT Ukhuwah Banjarmasin. Bauran pemasaran bisa dijadikan salah satu opsi strategi pemasaran jasa pendidikan dan diterapkan di sekolah-sekolah lain.