

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Lembaga pendidikan di kompleks perguruan Muhammadiyah K.H. Ahmad Dahlan di jalan S.Parman No.221 merupakan kompleks pendidikan yang banyak sekali terdapat sekolah/madrasah diantaranya SD Muhammadiyah 1 Banjarmasin, SMP Muhammadiyah 1 Banjarmasin, MTs Muhammadiyah 1 Banjarmasin, SMA Muhammadiyah 1 Banjarmasin, SMK Muhammadiyah 1 Banjarmasin, dan MA Muhammadiyah 1 Banjarmasin.

Keenam sekolah tersebut saling berdampingan dan saling memiliki keunggulannya masing-masing itu dikarenakan agar menarik banyak minat calon peserta didik untuk bersekolah di sekolah masing-masing. Walaupun berdampingan sekolah dikomplek perguruan Muhammadiyah saling menonjolkan keunggulannya dan pada dasarnya saling berebut pangsa pasar. Apalagi di kompleks Perguruan Muhammadiyah K.H. Ahmad Dahlan ini terdapat beberapa sekolah yang status tingkatannya sama seperti SMP Muhammadiyah 1 Banjarmasin dengan MTs Muhammadiyah 1 Banjarmasin, atau antara SMA Muhammadiyah 1 Banjarmasin, SMK Muhammadiyah 1 Banjarmasin, dan MA Muhammadiyah 1 Banjarmasin. Semuanya memiliki kesamaan setara dalam menampung peserta didik baru sehingga masing masing dari sekolah melakukan strategi agar tetap eksis dihati masyarakat dan tetap mendapatkan peserta didik di setiap tahunnya.

Lembaga pendidikan melakukan strategi Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* dalam langkah awal strategi di masing masing sekolah. Seperti halnya strategi Segmentasi rata rata ke enam sekolah tersebut melakukan segmentasi geografi yaitu memetakan sasaran promosi sekolah pada sekolah yang terdekat misalkan SMA, SMK, dan MA. Sasaran utamanya adalah siswa siswi di SMP dan MTs di komplek perguruan Muhammadiyah itu sendiri. Tetapi banyak juga yang melakukan segmentasi diluar dari daerah komplek perguruan Muhammadiyah Banjarmasin.

Kemudian untuk strategi *Targeting*, banyak dari sekolah di lingkungan komplek perguruan Muhammadiyah membidik calon peserta didik dari sekolah terdekat dan siswa yang berprestasi, dan yang paling sering juga kepada siswa siswi yang latarbelakang nya adalah anak panti asuhan di bawah naungan organisasi Muhammadiyah. Seperti Panti Asuhan Kindaung, Sentosa, dan Al-Ihsan.

Untuk Strategi *Positioning* setiap sekolah memiliki keunggulan dan keunikannya masing masing seperti :

- SD Muhammadiyah 1 keunggulannya pada pembelajaran tahfiz
- SMP Muhammadiyah 1 keunggulannya pada Tapak Suci
- MTs Muhammadiyah 1 keunggulannya pada kaligrafi
- SMA Muhammadiyah 1 keunggulannya pada Alat Musik Drumband
- SMK Muhammadiyah 1 keunggulannya pada skill di dunia kerja karena banyak tawaran jurusan
- MA Muhammadiyah 1 keunggulannya pada paskibraka

B. Rekomendasi

Beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian Strategi Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* di kompleks Perguruan Muhammadiyah Banjarmasin adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengetahui strategi Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* pada lembaga pendidikan sehingga saran kedepan agar bagi peneliti lainnya memberikan tips dan trik dalam pemasaran jasa untuk menambah minat peserta didik