

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dari pembahasan tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan tingkat SLTA di kota Marabahan yang berlokasi pada MAN 1 Barito Kuala, SMAN 1 Marabahan dan SMKN 1 Marabahan, dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang mereka lakukan adalah sebagai berikut:

1. *Positioning* pada MAN 1 Barito Kuala adalah sekolah yang penempatannya sebagai sekolah yang membina karakter agamis, mengedepankan prestasi-prestasi di dalam bidang keagamaan, SMAN 1 Marabahan memposisikan diri sebagai sekolah yang mengutamakan kualitas akademik agar siswa-siswanya mampu masuk perguruan tinggi manapun, dan SMKN 1 Marabahan memposisikan diri sebagai sekolah yang membuka dan mengembangkan keahlian atau kecakapan hidup untuk siswa-siswanya agar semua alumni-alumninya siap kerja.
2. Diferensiasi pada ketiga sekolah negeri tingkat SLTA di Kota Marabahan tersebut sangatlah berbeda. MAN 1 Barito Kuala menawarkan sekolah atau melakukan promosi yang berbasis keagamaan dan berkarakter agamis, seperti mengadakan festival maulid al-habsyi, mengadakan pengabdian kepada masyarakat (menjadi muazin imam pada musholla di sekitar Marabahan Kota), menorehkan banyak prestasi dibidang MTQ dan lain-lain sebagainya, SMAN 1 Marabahan melakukan sistem pendidikan yang kuat dibidang akademik, seperti

mengadakan program kelas unggulan, dan melakukan sistem promosi yang gencar melalui banyak media seperti televisi, media sosial dan lain-lain, juga melalui prestasi-prestasi baik akademik maupun non akademik, dan SMKN 1 Marabahan menawarkan sekolah yang berbasis kejuruan, seperti perkebunan, multi media, pemasaran, perkebunan, akuntansi, teknik computer dan jaringan, dan perkantoran, dan mereka melakukan pendidikan system ganda (praktik kerja industry) serta menjalin hubungan kerjasama dengan dunia usaha dan dunia industry di sekitar.

3. Ketiga sekolah dalam penelitian tersebut tentu memiliki *brand* yang sangat berbeda. MAN 1 Barito Kuala memakai *brand* “Madrasah Mandiri Berprestasi, SMAN 1 Marabahan memakai *brand* “Sekolah Sang Juara”, dan SMKN 1 Marabahan memakai *brand* “Terampil Mandiri dan Kejuruan”

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan dan hasil kesimpulan terkait strategi pemasaran lembaga pendidikan tingkat SLTA di kota Marabahan yang telah dilakukan oleh MAN 1 Barito Kuala, SMAN 1 Marabahan dan SMKN 1 Marabahan dalam menghadapi persaingan dunia pendidikan, maka terdapat beberapa rekomendasi dari peneliti sebagai berikut:

1. Sebaiknya sekolah memiliki sumber daya manusia yang secara khusus mengendalikan kegiatan pemasaran dan humas sekolah untuk mengelola isu terkait minat siswa atau masyarakat, agar dapat menjalankan strategi pemasaran secara lebih optimal sehingga dapat mengoperasikan setiap media

promosi yang digunakan untuk tetap mengaktifkan dan terus memperbaharui informasi mengenai kegiatan sekolah, serta tujuan lainnya agar kreatifitas dan inovasi tema pemasaran dapat berkembang dengan baik.

2. Sekolah harus lebih meningkatkan lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar masyarakat semakin tertarik untuk menyekolahkan anaknya.
3. MAN 1 Barito Kuala, SMAN 1 Marabahan dan SMKN 1 Marabahan harus selalu melakukan inovasi-inovasi program pendidikan sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat.
4. MAN 1 Barito Kuala, SMAN 1 Marabahan dan SMKN 1 Marabahan harus selalu menjaga komunikasi dan kerjasamanya serta selalu menciptakan kekompakan dengan berbagai pihak baik dari internal maupun eksternal, karena dengan kerjasama yang baik dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sekolah, sehingga program sekolah dapat dikomunikasikan secara baik.
5. MAN 1 Barito Kuala, SMAN 1 Marabahan dan SMKN 1 Marabahan harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan tetap mempertahankan mutu pendidikan baik di bidang akademik, non akademik maupun di bidang keagamaan ataupun kecakapan hidup sehingga masyarakat tetap percaya terhadap pendidikan di masing-masing sekolah.