

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Manajemen pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di SDIT Ukhuwah Banjarmasin dimulai dari perencanaan (*planning*) yang di opinikan oleh anggota yayasan yang melibatkan ketua yayasan, direktur, kepala sekolah, dewan guru dan masyarakat sebagai *stakeholder*. Kemudian kepala sekolah menentukan pembagian tugas dan tanggung jawab kepada para guru, dan staff yang terpilih dalam rapat untuk menyusun suatu program pemasaran seperti bagian mendesain brosur, yang aktif promosi di media sosial, bagian keuangan dan sebagainya. Adapun dalam pelaksanaannya dilakukan oleh semua pihak SDIT Ukhuwah Banjarmasin kecuali guru di bawah pimpinan ketua yayasan. Pengorganisasian (*Organizing*) dalam pemasaran jasa pendidikan Keta Panitia menentukan pembagian tugas dan tanggung jawab kepada para guru, dan staff yang terpilih dalam rapat untuk menyusun suatu program pemasaran seperti bagian mendesain brosur, yang aktif promosi di media sosial, bagian keuangan dan sebagainya. Pembagian tugas tersebut dilaksanakan oleh panitia yang terstruktur, memiliki pembagian tugas masing-masing dan saling terorganisir satu sama lain dalam menjalankan fungsi dan tanggung

jawab sesuai dengan yang diamanahkan. Hanya saja sekolah tidak mendokumentasikan siapa saja personil beserta tugasnya yang terlibat dalam pemasaran jasa pendidikan.

Sedangkan pengorganisasian dalam PPDB juga Panitia yang ditunjuk sesuai dengan kemampuan dari setiap staf Bidang Unit Kesehatan Sekolah (UKS) bagian konsumsi, Staf Bidang Tata Usaha (TU) bagian Hubungan Masyarakat (Humas), Staf Bidang Bimbingan Konseling (BK) bagian Observasi dan wawancara, Lab Computer bagian administrasi dan tak lupa staf cleaning servise juga menjadi bagian dari anggota PPDB yaitu menjadi anggota perlengkapan.

Pelaksanaan (*Actuating*) pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sudah terorganisir dengan baik oleh para personil yang diberikan tugas dan tanggung jawab dalam hal pemasaran jasa pendidikan seperti periklanan dengan menggunakan brosur, spanduk, pamflet dan promosi melalui mulut ke-mulut, media sosial juga melalui beberapa event perlombaan. Setiap kerja tim saling bekerjasama dan saling memantau dalam pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan tersebut. Serta dalam program penerimaan peserta didik baru (PPDB) SDIT Ukhuwah Banjarmasin.

Tindakan membimbing, mengarahkan, menggerakkan yang dilakukan oleh Kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan maupun yang dilakukan oleh Ketua Panitia kepada anggota panitia PPDB agar para panitia dapat bekerja dengan baik, tenang, tekun sesuai dengan tugas dan

fungsinya masing-masing dalam menerima calon orangtua siswa dengan baik.

Kemudian pengawasan (*controlling*) dilakukan pihak kepala sekolah dengan memberikan saran, dan evaluasi yang dilakukan setiap selesai pekerjaan,

Analisis yang digunakan oleh SDIT Ukhuwah Banjarmasin dalam menetapkan strategi pemasaran jasa pendidikan, yaitu analisis SWOT karena selalu memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dari setiap tindakan pemasaran yang dilakukan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan lembaga dan mengupayakan peningkatan mutu lembaga sebagai wujud dari tujuan yang diinginkan.

B. Saran-Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang penulis lakukan, kiranya dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak yayasan untuk menyempurnakan lagi pemasaran dengan memberikan program yang lebih rinci kepada calon siswa dengan berpegang pada azas kejujuran dan intelektual.
2. Bagi pihak SDIT Ukhuwah Banjarmasin untuk meningkatkan lagi mutu pendidikan dan menjadikan urusan peningkatan pembelajaran menjadi tujuan utama.
3. Kepada masyarakat sekitar untuk lebih berperan aktif terhadap program SDIT Ukhuwah Banjarmasin.
4. Pemerintah sebagai pemegang kebijakan untuk lebih memperhatikan pendidikan agama sebagai modal dasar pencegah degradasi moral yang terjadi di negara ini.