

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Berikut peneliti akan mengemukakan tiga hal pokok yang disajikan sebagai pemaknaan dari penelitian secara terpadu. Ada pun tiga hal pokok tersebut terdiri dari simpulan, implikasi dan saran.

5.1 Simpulan

5.1.1 Penelitian ini menyoroti Gambaran manajemen pemasaran pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) swasta di Kota Bandung dengan menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence). Berikut adalah simpulan utama dari penelitian ini

Manajemen pemasaran di sekolah swasta menunjukkan pendekatan yang beragam dan terfokus sesuai dengan karakteristik dan keunggulan masing-masing institusi. Sekolah-sekolah ini memanfaatkan berbagai strategi untuk menarik siswa dan mempromosikan keunggulan mereka. **SS01** menonjolkan karakteristik agama dan budaya sebagai daya tarik utama, dengan promosi kreatif melalui media sosial dan kegiatan komunitas lokal. Mereka menekankan pelestarian budaya dan pengembangan bahasa melalui program-program seperti Ukir Wayang dan festival seni budaya Sunda.

SS02, di sisi lain, berfokus pada prestasi akademik internasional dengan menggunakan Kurikulum Cambridge dan program DCP. Sekolah ini aktif dalam promosi melalui event besar, media sosial, dan riset pasar, serta menjalin kerjasama internasional untuk pengembangan siswa. Sedangkan **SS03** mengintegrasikan nilai agama dalam pendidikan dengan pendekatan dakwah, memanfaatkan media online dan kegiatan keagamaan untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Sekolah ini juga menekankan nilai-nilai karakter dan pembentukan sikap melalui kurikulum boarding ala Pesantren Daarut Tauhiid dan program BR3T.

Pembiayaan pemasaran di ketiga sekolah memiliki sumber yang berbeda, mulai dari dana BOS dan kontribusi masyarakat, dana yang didukung Yayasan, hingga alokasi dana khusus dari orang tua dan pemerintah. Meskipun sarana dan prasarana di semua sekolah sudah memadai, mereka menghadapi tantangan seperti keterbatasan ruang kelas dan fasilitas parkir. Dalam hal lokasi, **SS01** dan

SS03 berada di lokasi strategis dengan aksesibilitas yang baik, sementara **SS02** menghadapi masalah kemacetan yang perlu diatasi. Secara keseluruhan, manajemen pemasaran di sekolah swasta Bandung mencerminkan upaya yang terstruktur dan disesuaikan dengan kebutuhan serta kekuatan masing-masing sekolah dalam menarik calon siswa dan mempromosikan kualitas pendidikan mereka.

5.1.2 Penelitian ini menyoroti Gambaran Mutu Pelayanan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) swasta di Kota Bandung

Di sekolah swasta Bandung, mutu layanan menunjukkan variasi yang mencerminkan pendekatan unik masing-masing institusi dalam memenuhi kebutuhan siswa dan orang tua. **SS01** dikenal dengan layanan yang optimal, namun masih perlu peningkatan dalam kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) untuk lebih mendukung pelayanan yang ada. Fokus mereka pada evaluasi berkala memastikan bahwa layanan tetap relevan dan memenuhi harapan. **SS03** memiliki mutu layanan yang baik dengan penekanan pada pengembangan karakter santri, yang merupakan salah satu keunggulan mereka. Layanan ini telah memenuhi harapan tanpa kebutuhan signifikan untuk perbaikan, berkat kerjasama antarguru dan pendekatan berbasis nilai agama dalam komunikasi. Sebaliknya, **SS02** menawarkan layanan yang sangat baik dengan dukungan sarana dan prasarana lengkap serta proses PPDB berbasis digital, yang telah memenuhi kebutuhan siswa secara menyeluruh dengan tidak memerlukan perubahan besar.

Dalam hal keakuratan layanan, **SS03** menonjol dengan ketepatan waktu dan sinergi antarguru yang memastikan layanan sesuai jadwal dan kebutuhan siswa terpenuhi dengan baik. **SS01** berfokus pada evaluasi berkala untuk meningkatkan relevansi dan kualitas layanan, sedangkan **SS02** menekankan pentingnya pelatihan konsisten dan kualifikasi guru dalam menggunakan media pembelajaran modern untuk memastikan keakuratan layanan.

Mengenai penanganan keluhan, **SS01** mengutamakan kecepatan dan ketanggapan dengan jalur komunikasi yang jelas dan solusi kolaboratif. **SS03** menerapkan komunikasi berbasis nilai agama dengan sikap ramah dan terbuka, sementara **SS02** fokus pada perbaikan diri dan respons cepat serta serius terhadap masukan dari orang tua.

Dalam konteks kepercayaan dan jaminan kelulusan, **SS01** memberikan jaminan kelulusan yang personal sesuai kemampuan individu siswa. **SS02** menekankan bahwa kelulusan bergantung pada usaha dan prestasi siswa, mencerminkan evaluasi obyektif. **SS03** memastikan kelulusan dengan penekanan pada evaluasi akademik dan spiritual, berkomitmen untuk memenuhi standar sebelum siswa dinyatakan lulus.

Terakhir, motivasi belajar di **SS01** diberikan melalui penghargaan, bimbingan, dan konseling rutin, **SS03** menggunakan kajian, remedial, dan konseling individual untuk membantu siswa mencapai target akademis, sedangkan **SS02** mengandalkan kolaborasi antara guru dan orang tua serta program remedial dan tutor sebaya untuk mendukung motivasi siswa. Perbedaan ini menggambarkan adaptasi masing-masing sekolah terhadap karakteristik siswa mereka, dengan tujuan meningkatkan motivasi dan hasil belajar.

5.1.3 Manajemen Pemasaran dalam meningkatkan mutu layanan di sekolah swasta kota Bandung

Di Bandung, mutu layanan di sekolah swasta bervariasi tergantung pada pendekatan manajemen pemasaran dan strategi pengembangan yang diterapkan masing-masing sekolah. **SS01** mengoptimalkan layanan melalui pemasaran berbasis budaya lokal, pelatihan rutin untuk SDM, dan promosi yang melibatkan seluruh elemen sekolah. Penekanan pada identitas budaya Sunda dan program unggulan seperti pencak silat serta tata kerama mendukung kualitas layanan pendidikan dengan memperkuat reputasi sekolah dan meningkatkan keterlibatan siswa. Namun, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan fasilitas dan menangani tantangan yang disebabkan oleh penurunan jumlah siswa akibat pandemi dan persaingan dengan sekolah negeri.

SS02 menonjol dengan pendekatan pemasaran yang sangat baik melalui penggunaan teknologi dan proses berbasis digital. Sarana dan prasarana yang memadai serta promosi yang efektif, termasuk program Dual Certificate dan Bilingual, memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan berkualitas. Pendekatan ini memungkinkan **SS02** untuk memenuhi kebutuhan siswa secara menyeluruh tanpa memerlukan perbaikan besar, berkat dukungan dari SDM yang

terampil dan pengelolaan dana yang transparan.

SS03, dengan fokus pada nilai-nilai syariat dan akhlak, menerapkan pemasaran yang efektif melalui media sosial dan kegiatan komunitas. Pendekatan ini menekankan pendidikan berbasis nilai agama, yang membedakan sekolah ini dari institusi lain. Pengembangan SDM, promosi rutin, dan perhatian terhadap fasilitas seperti ruang belajar dan asrama mendukung kualitas layanan dan membantu membangun kepercayaan masyarakat. Kendala seperti kekurangan ruang kelas dan lahan parkir diatasi dengan pemanfaatan ruang lab dan fasilitas eksternal, sementara program motivasi dan remedial memberikan dukungan tambahan kepada siswa.

Secara keseluruhan, mutu layanan di sekolah swasta Bandung ditingkatkan melalui kombinasi strategi pemasaran yang tepat, pengembangan SDM, dan perhatian terhadap fasilitas serta sarana prasarana. Masing-masing sekolah menerapkan pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik mereka, sehingga mampu menawarkan layanan pendidikan yang berkualitas dan memenuhi harapan siswa serta orang tua.

5.1.4 Faktor Penghambat dan Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan Mutu Layanan di Sekolah Swasta Kota Bandung

Pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di sekolah swasta di Kota Bandung didukung oleh beberapa faktor penting. Pertama, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, termasuk guru dan staf yang berpengalaman, menjadi aset utama dalam memberikan layanan yang baik kepada siswa. Kedua, sarana prasarana yang memadai, seperti fasilitas AC, akses internet, dan dukungan dari yayasan, turut memperkuat citra positif sekolah dan menarik perhatian masyarakat. Ketiga, lingkungan sekolah yang positif dan kolaborasi seluruh sivitas akademika dalam kegiatan pemasaran juga berkontribusi pada keberhasilan manajemen pemasaran.

Namun, terdapat beberapa hambatan yang mengganggu pelaksanaan manajemen pemasaran. Pertama, keterbatasan dana untuk promosi dan pengadaan fasilitas menjadi tantangan yang signifikan, membatasi jangkauan pemasaran dan pengembangan layanan. Kedua, persaingan dengan sekolah negeri yang lebih

dikenal oleh masyarakat juga menjadi kendala dalam menarik calon siswa. Ketiga, proses pengajuan fasilitas yang lambat dan beban kerja tinggi bagi guru yang harus menjalankan tugas mengajar dan pemasaran sekaligus dapat mengurangi motivasi dan efektivitas layanan. Meskipun terdapat berbagai faktor pendukung, tantangan-tantangan ini harus diatasi untuk mencapai hasil yang lebih optimal dalam peningkatan mutu layanan di sekolah-sekolah swasta di Kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran pendidikan di sekolah swasta Kota Bandung berhasil meningkatkan mutu layanan melalui strategi terintegrasi yang menggunakan bauran pemasaran 7P. Sekolah menonjolkan keunikan dan program unggulan mereka, didukung oleh investasi dalam sumber daya manusia melalui pelatihan berkelanjutan, serta peningkatan infrastruktur dan layanan. Dukungan finansial dari orang tua dan pemerintah, serta promosi melalui media sosial, berkontribusi pada peningkatan jumlah pendaftar dan kesadaran masyarakat tentang kualitas pendidikan. Selain itu, komunikasi efektif dan sistem umpan balik yang responsif memperkuat hubungan dengan siswa dan orang tua, meningkatkan kepuasan mereka terhadap pendidikan yang ditawarkan.

5.2 Implikasi

Dengan berdasarkan pada simpulan yang sudah diperoleh, menggambarkan bahwa:

1. Implikasi Manajemen Pemasaran Pendidikan di SMP Swasta Kota Bandung
Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan strategi manajemen pemasaran melalui bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence) efektif dalam menarik minat calon peserta didik dan orang tua di sekolah-sekolah swasta di Kota Bandung. Setiap sekolah memiliki keunikan dan keunggulan tersendiri yang ditonjolkan dalam strategi pemasaran mereka. Implikasinya adalah bahwa sekolah-sekolah swasta harus terus mengembangkan dan memperbarui strategi pemasaran mereka untuk tetap relevan dan kompetitif. Ini termasuk mengadopsi teknologi baru, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan berinovasi dalam program pendidikan yang ditawarkan.
2. Implikasi Mutu Layanan Pendidikan di SMP Swasta Kota Bandung Dengan

menggunakan konsep RATER (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness), penelitian ini menyoroti pentingnya memberikan layanan pendidikan berkualitas tinggi yang berfokus pada keandalan informasi, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Implikasinya adalah bahwa sekolah-sekolah swasta harus terus berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan staf, memperbaiki infrastruktur fisik, dan meningkatkan komunikasi serta responsivitas terhadap kebutuhan siswa dan orang tua. Hal ini akan membantu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan para pemangku kepentingan.

3. Implikasi manajemen pemasaran di sekolah swasta Bandung menunjukkan bahwa strategi terencana dan terintegrasi berhasil meningkatkan mutu layanan pendidikan. Fokus pada nilai-nilai pendidikan dan akhlak baik menarik perhatian masyarakat dan menciptakan kepercayaan dari orang tua dan siswa. Dukungan finansial, promosi melalui media sosial, serta pengelolaan SDM yang baik memastikan guru dan staf memberikan layanan terbaik. Komunikasi efektif dan sistem umpan balik yang responsif memperkuat hubungan dengan siswa dan orang tua. Hasilnya, manajemen pemasaran ini meningkatkan jumlah pendaftar dan kepuasan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan.
4. Implikasi Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Pemasaran Pendidikan Faktor pendukung utama meliputi sarana dan prasarana yang memadai, sumber daya manusia yang kompeten, manajemen yang efektif, dan dukungan finansial serta administrasi. Namun, terdapat juga faktor penghambat seperti persaingan dengan sekolah negeri, persepsi masyarakat terhadap sekolah swasta, keterbatasan sumber daya dan waktu, serta masalah kesejahteraan SDM dan infrastruktur fisik. Implikasinya adalah bahwa sekolah-sekolah swasta perlu fokus pada penguatan faktor-faktor pendukung dan mencari solusi inovatif untuk mengatasi faktor-faktor penghambat. Ini termasuk meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, mengembangkan program-program yang sesuai dengan kebutuhan pasar, dan menciptakan lingkungan belajar yang lebih menarik dan kondusif.
5. Dengan memahami dan menerapkan temuan-temuan ini, sekolah-sekolah

swasta di Kota Bandung dapat meningkatkan mutu layanan mereka dan bersaing lebih efektif dalam menarik minat calon peserta didik serta orang tua.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan simpulan dan implikasi yang telah dipaparkan, Oleh karena itu, rekomendasi berikut dibuat untuk mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi dan memperbaiki aspek-aspek yang dianggap belum optimal:

Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi yang signifikan bagi sekolah-sekolah swasta di Kota Bandung dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan dan efektivitas manajemen pemasaran mereka. Pertama, pengembangan dan pembaruan strategi pemasaran pendidikan sangat penting, yang mencakup adopsi teknologi baru seperti aplikasi sekolah dan platform media sosial, serta inovasi program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Sekolah juga perlu melaksanakan pelatihan berkelanjutan untuk sumber daya manusia guna meningkatkan kualitas pengajaran. Selanjutnya, peningkatan mutu layanan pendidikan dapat dicapai melalui pelatihan dan pengembangan staf yang rutin, evaluasi dan perbaikan infrastruktur fisik secara berkala, serta peningkatan komunikasi antara sekolah, siswa, dan orang tua melalui berbagai saluran. Selain itu, penguatan faktor pendukung dan penanganan faktor penghambat menjadi kunci dalam mencapai tujuan ini.

Sekolah swasta disarankan dalam meningkatkan kolaborasi dengan berbagai pihak guna mendapatkan dukungan finansial, serta melaksanakan program promosi yang efektif untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap sekolah swasta. Penanganan masalah kesejahteraan sumber daya manusia dan pengembangan infrastruktur juga harus menjadi prioritas. Terakhir, fokus pada aspek RATER—keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap—akan membantu sekolah dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan mengimplementasikan rekomendasi-rekomendasi ini, sekolah-sekolah swasta di Kota Bandung dapat bersaing lebih baik dalam menarik minat calon peserta didik dan orang tua, sekaligus meningkatkan mutu layanan pendidikan yang mereka tawarkan.