BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini merupakan akhir dari seluruh kajian terhadap permasalahan dalam penelitian ini. Oleh karena itu pada bab ini akan dikemukakan mengenai kesimpulan serta beberapa saran terkait dengan penelitian.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh kesimpulan dengan rincian sebagai berikut.

1. Strategi Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran termasuk ke dalam kategori sangat baik. SMKN 1 dan 2 Cimahi sadar akan pentingnya siswa sebagai produk dari pemasaran pendidikan yang dilakukan. Oleh karena itu sekolah selalu berusaha melakukan yang terbaik dalam meningkatkan dan mengembangkan kompentensi dan keahlian siswanya. Dengan melakukan tes potensi akadamik, sekolah akan mengetahui potensi/keahlian yang dimiliki siswa sehingga mempersiapkan siswa-siswi tersebut menjadi lulusan yang dibutuhkan di dunia usaha dan dunia industri.

Kemudian, untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas sekolah tentunya memerlukan biaya untuk memenuhi segala kebutuhan dalam menciptakan siswa-siswa dan lulusan yang berkualitas. Dalam kebijakan biaya sekolah, SMKN 1 dan 2 Cimahi memberikan biaya pendidikan yang terjangkau untuk keperluan sekolah kepada para siswanya. dan biaya yang dikeluarkan siswa digunakan sekolah untuk kegiatan pengembangan kompetensi/ keahlian siswa.

Sebagaimana telah dikatakan diatas bahwa siswa merupakan produk dari pemasaran pendidikan yang dilakukan, maka dari itu perlu proses belajar mengajar yang baik untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi dan keahlian seperti yang diharapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, SMKN 1 dan 2 Cimahi menyelenggarakan proses belajar mengajar

dengan model pembelajaran *student center* yang sesuai dengan kebutuhan sekolah dan potensi daerah sehingga dapat menghasilkan lulusan sesuai dengan tujuan sekolah yang diharapkan.

2. Permintaan Lulusan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan lulusan termasuk ke dalam kategori baik. Hal tersebut berarti bahwa menunjukkan bahwa banyaknya permintaan lulusan dari dunia usaha dan dunia industri serta menegaskan bahwa lulusan SMK dapat diterima bekerja diperusahaan, kemudian SMKN 1 dan 2 Cimahi memiliki kompetensi dan keahlian yang dibutuhkan di dunia usaha dan dunia industry atau dengan kata lain lulusannya memenuhi kualifikasi yang diinginkan oleh perusahaan dan Dengan banyaknya jumlah permintaan oleh dunia usaha dan dunia industry, Hal ini menunjukkan perusahaan dapat menampung lulusan dari SMK dilihat dari banyaknya lulusan yang terserap dilapangan kerja.

3. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Permintaan Lululsan di Dunia Usaha/Dunia Industri

Berdasarkan beberapa kajian yang telah dikemukakan sebelumnya, dikatakan bahwa strategi pemasaran memberikan pengaruh terhadap permintaan lulusan. Dari hasil temuan penelitian membuktikan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan lulusan pada jurusan rekayasa perangkat lunak di SMKN se- Kota Cimahi

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh terhadap permintaan lulusan pada jurusan rekayasa perangkat lunak di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri se- Kota Cimahi. Hal ini terlihat dalam produk, harga, distribusi, promosi, orang, lingkungan fisik, dan proses mempengaruhi jumlah yang diminta, kualifikasi lulusan yang diinginkan, dan kemampuan menerima lulusan.

B. Saran

Pada kesempatan ini, peneliti akan mengemukakan beberapa saran sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Bagi pihak Sekolah

   Berdasarkan temuan penelitian mengenai strategi pemasaran di SMKN 1 dan SMKN 2 Cimahi untuk ditingkatkan indicator strategi pemasaran yang masih kurang atau rendah seperti biaya sekolah yang masih mahal agar lebih dijangkau oleh siswa.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Hal-hal yang perlu diperhatikan bagi peneliti lebih lanjut adalah:

   a. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap permintaan lulusan di dunia usaha/dunia industri. Peneliti menghimbau kepada peneliti-peneliti lain yang tertarik untuk meneliti dalam kajian strategi pemasaran, agar meneliti lebih luas selain dari strategi pemasarannya.

   b. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa strategi pemasaran dipengaruhi oleh permintaan lulusan sebesar 30,25% dan sisanya 69,75% dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena itu diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap permintaan lulusan.