

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini berjudul “**Studi Komparatif Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Tingkat Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah (Studi Deskriptif di Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi)**”. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dengan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di Wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi.

Pada bab V ini merupakan bagian akhir penelitian yang mengemukakan kesimpulan dan rekomendasi. Dengan adanya kesimpulan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mengetahui hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan. Sedangkan dengan adanya rekomendasi dapat memberikan masukan yang cukup berarti bagi pihak-pihak yang terkait.

A. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian ini, maka akan dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan di Sekolah Dasar Swasta Kota Cimahi dapat dikatakan **baik**. Hal ini Berdasarkan perhitungan *Weighted Means Score* menunjukkan bahwa hasil rata-rata keseluruhan item variabel X1 sebesar 3,94. Itu berarti bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan dalam penentuan

- produk jasa pendidikan (Produk), penentuan harga/pembiayaan pendidikan (Price), kondisi lingkungan (Place), kegiatan promosi (Promotion), orang-orang/pengelola pendidikan (People), sarana fisik tempat terjadinya penyampaian jasa pendidikan (Physical Evidence), kegiatan penyampaian jasa pendidikan (Process) di Sekolah Dasar swasta Kota Cimahi termasuk kedalam kategori **baik**.
2. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Swasta Kota Cimahi dapat dikatakan **baik**. Hal ini Berdasarkan perhitungan *Weighted Means Score* menunjukkan bahwa hasil rata-rata keseluruhan item variabel X2 sebesar 3,73. Itu berarti bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan dalam penentuan produk jasa pendidikan (Produk), penentuan harga/pembiayaan pendidikan (Price), kondisi lingkungan (Place), kegiatan promosi (Promotion), orang-orang/pengelola pendidikan (People), sarana fisik tempat terjadinya penyampaian jasa pendidikan (Physical Evidence), kegiatan penyampaian jasa pendidikan (Process) di Madrasah Ibtidaiyah swasta Kota Cimahi termasuk kedalam kategori **baik**.
 3. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah : “Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi. Berdasarkan hasil perhitungan uji komparasi dengan menggunakan rumus dari analisis komparatif *Mann-Whitney U-test* maka diperoleh hasil bahwa hipotesis yang diajukan ditolak. Yang berarti bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah

Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi. Berdasarkan hasil tersebut yang menjadi alasan tidak terdapatnya perbedaan yang signifikan mengenai bauran pemasaran jasa pendidikan antara Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta di wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi ialah karena masing-masing sekolah maupun madrasah belum terlalu memperhatikan bauran pemasaran jasa pendidikan di sekolah maupun madrasah nya masing-masing sehingga terbukti dalam penentuan produk jasa pendidikan (Produk), penentuan harga/pembiayaan pendidikan (Price), kondisi lingkungan (Place), kegiatan promosi (Promotion), orang-orang/pengelola pendidikan (People), sarana fisik tempat terjadinya penyampaian jasa pendidikan (Physical Evidence), kegiatan penyampaian jasa pendidikan (Process) masih biasa saja tidak terlihat ada yang lebih/inovasi baru dalam pemasaran masing-masing sekolah maupun madrasah.

B. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang diperoleh, maka peneliti ajukan beberapa rekomendasi, terutama kepada pihak Sekolah Dasar Swasta maupun Madrasah Ibtidaiyah Swasta di Wilayah Dinas Pendidikan Kota Cimahi. Adapun rekomendasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Rekomendasi bagi Sekolah Dasar Swasta Kota Cimahi

Hendaknya pihak Sekolah dapat lebih memperhatikan mengenai indikator penentuan *promotion* dan *process* yang masih rendah dibandingkan dengan yang telah dilakukan oleh Madrasah.

2. Rekomendasi bagi Madrasah Ibtidaiyah Swasta Kota Cimahi

Hendaknya pihak Madrasah dapat lebih memperhatikan mengenai indikator penentuan *produk jasa, price, place, people*, dan *physical evidence* yang masih rendah dibandingkan dengan yang telah dilakukan oleh Sekolah.

3. Rekomendasi bagi Sekolah Dasar Swasta dan Madrasah Ibtidaiyah Swasta Kota Cimahi

Secara umum dilihat dari sub indikator yang masih terlihat kurang dari hasil penelitian ini, yang dapat direkomendasikan untuk kedua satuan pendidikan tersebut ialah :

- a. Dalam penentuan Produk Jasa : Hendaknya Sekolah maupun Madrasah lebih mengoptimalkan penyediaan serta penggunaan sarana alat peraga yang dapat digunakan dalam kegiatan belajar mengajar. Penyediaan dan penggunaan sarana alat peraga sangat berkaitan dengan penyampaian produk/jasa yang dilakukan oleh guru kepada muridnya. Dengan penggunaan sarana tersebut maka dapat memberikan kualitas yang lebih dalam penyampaian produk/jasa yang akan didapatkan oleh konsumen.
- b. Dalam penentuan Price (Biaya Pendidikan) : Sekolah maupun Madrasah harus lebih aktif dalam mencari bentuk bantuan dana dari berbagai pihak/instansi agar mampu menyediakan layanan beasiswa yang optimal bagi siswa

(konsumen pendidikan), karena hal tersebut merupakan salah satu indikator dalam penentuan harga/biaya yang merupakan bagian dari strategi bauran pemasaran jasa pendidikan.

c. Dalam penentuan Place (Kondisi/Lokasi Pendidikan) : Sekolah maupun Madrasah harus mampu melakukan kerjasama dengan pemerintah setempat dalam menangani kekondusifan lingkungan tempat penyampaian jasa yang masih belum optimal dalam pelayanannya serta penyediaan layanan bus sekolah.

d. Dalam penentuan People (orang atau pelaku penyampai jasa pendidikan) : Sekolah maupun Madrasah harus lebih memperhatikan orang-orang atau pelaku penyampai jasa pendidikan yang kompeten, karena hal tersebut dapat mempengaruhi *image* konsumen terhadap Sekolah/Madrasah. Hal tersebut dapat menentukan pula apakah konsumen akan memilih Sekolah tersebut atau tidak dalam mempeoleh jasa pendidikannya.

4. Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini memiliki banyak keterbatasan, baik dalam prosedur, proses maupun hasilnya. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut dengan cara observasi, wawancara yang intensif dari peneliti. Selain itu hendaknya dapat meneliti dan mengkaji lebih mendalam berbagai permasalahan tentang komparasi bauran pemasaran jasa pendidikan. Adapun rekomendasi bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai komparasi strategi pemasaran jasa pendidikan yang dapat dilakukan pada tingkat SMK maupun tingkat Universitas/Institut/Politeknik dengan

responden pihak Sekolah/Universitas, sehingga dapat membandingkan indikator dari strategi pemasaran yaitu STP (segmentation, targeting and positioning) dari dua atau lebih satuan pendidikan. Atau dapat melakukan penelitian komparasi bauran pemasaran jasa pendidikan kembali namun yang menjadi respondennya ialah para pelanggan pendidikan (*user of education*).

