

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pemasaran Pendidikan Berbasis Digital Marketing di SMK Batik Sakti 2 Kebumen” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Segmenting* pemasaran pendidikan berbasis digital marketing di SMK Batik Sakti 2 Kebumen dalam kegiatan *segmenting* yang terdiri dari segi umur, jenis kelamin, agama, serta distribusi pendapatan, maka konsumen sekolah terdiri atas pria dan wanita dengan umur maksimal 21 tahun, beragama islam, serta jika dilihat dari segi pendapatan maka termasuk dengan konsumen dengan taraf ekonomi menengah. Keadaan sosial ini dapat dilihat dari peserta didik dengan prosentase 50% siswa masuk ke Program Indonesia Pintar (PIP). *Segmenting* dalam pemasaran media digital di SMK Batik Sakti 2 Kebumen menetapkan secara jelas konsumen yang sesuai dan dapat dilayani dengan kegiatan pemasaran khususnya terfokus dalam cara komunikasi dengan pelanggan atas jasa yang ditawarkan.
2. *Targeting* pemasaran pendidikan berbasis digital marketing di SMK Batik Sakti 2 Kebumen dengan konsumen dari SMP/MTs dengan publikasi turnamen basada *cup* cabang olahraga futsal putra dan cabang voli putri yang dilaksanakan di GOR BSC (*Basada Sport Center*). Pasar sasaran juga memperhatikan hasil manfaat dari produk

jasa yang ditawarkan setelah lulus, yaitu optimalisasi SMK sebagai BMW (Bekerja, Melanjutkan dan Wirausaha). Dalam mewujudkan unsur bekerja SMK Batik Sakti 2 Kebumen telah menjadi mitra resmi industri PT. SMT Indonesia dan SMK Batik Sakti 2 Kebumen dipercaya sebagai tempat *training center* PT tersebut. Peran media digital khususnya Instagram dalam targeting ini adalah membagikan info lowongan pekerjaan khususnya PT. SMT Indonesia.

3. *Positioning* pemasaran pendidikan berbasis digital marketing di SMK Batik Sakti 2 Kebumen memberikan penawaran dengan memperhatikan kebijakan pemasaran pada produk atau program dari SMK Batik Sakti 2 Kebumen baik program akademik maupun non akademiknya. SMK Batik Sakti 2 Kebumen menjadi sekolah swasta yang memiliki kelas khusus olahraga (KKO) di Kabupaten Kebumen, sehingga SMK Batik Sakti 2 Kebumen mampu meraih kejuaraan yang cukup memuaskan. Melalui pengembangan bakat dan minat peserta didik diberi ruang yang cukup untuk mengembangkan kemampuannya. Penggunaan media digital dalam menentukan posisi pasar dalam menonjolkan produk unggulan dari pesaingnya adalah publikasi di media digital dengan aplikasi Instagram atas prestasi yang ditoreh siswa siswi SMK Batik Sakti 2 Kebumen dalam bentuk pamflet hasil prestasi atas kejuaraan yang didapatkan.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti mengajukan beberapa saran sebaiknya SMK Batik Sakti 2 Kebumen dalam proses pemasaran pendidikan dengan memanfaatkan media sosial sebaiknya, sekolah membuat variasi video yang dapat dilakukan dengan cara kolaborasi dengan siswa baik dari siswa dengan program keahlian bisnis daring dan pemasaran ataupun dengan siswa program keahlian Teknik dan jaringan komputer. Pembuatan konten berupa film pendek atau sinematografi berupa kegiatan non akademik yang dapat menggambarkan nilai/produk yang menonjol SMK Batik Sakti 2 Kebumen juga akan cukup menarik jika dilaksanakan, sehingga dapat menarik minat dan kepercayaan masyarakat akan citra yang dibangun melalui prestasi dan kreatifitas.

C. Kata Penutup

Segala puji bagi Allah SWT, atas karunianya yang sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang tulus penulis ucapkan kepada seluruh keluarga besar SMK Batik Sakti 2 Kebumen terutama kepada Kepala Sekolah, serta segenap narasumber yang telah membantu dan berkenan memberikan arahan dan data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis hanya mampu berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa sangat mungkin terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripai ini, oleh karena itu, saran dan masukan yang membangun sangat penulis

harapkan. Dan semoga SMK Batik Sakti 2 Kebumen dapat lebih maju dan terus terus berprestasi,