

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia melakukan Strategi *Marketing Public Relations* dengan melakukan perencanaan, melakukan berbagai upaya dari peningkatan kualitas, kuantitas dan melakukan evaluasi perencanaan yang telah dirancang dan dijalankan. Seperti dengan melaksanakan kurikulum Islam Terpadu yang menghasilkan Program Unggulan, pengawasan dan penilaian yang harus ditaati kepada Dinas Pendidikan dan yayasan JSIT Indonesia serta Guru-Guru itu sendiri harus memiliki kualifikasi yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh Dinas Pendidikan, yayasan JSIT Indonesia dan Kepala Sekolah SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia yang diharapkan Orang Tua Murid, Murid-Murid dan calon Orang Tua Murid memiliki kepuasan tersendiri sehingga SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia memiliki citra yang positif dan dapat berdampak kepada kesadaran merek maupun pendaftaran siswa tahun ajaran baru.
2. SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia melakukan Strategi *Marketing Public Relations* melalui strategi *Push*, *Pull*, dan *Pass* yang dicetuskan oleh Thomas L. Harris. Dengan strategi *Push* SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia yang ditujukan untuk Murid-Murid, dan Guru-Guru dengan melakukan upaya peningkatan kuantitas dengan membangun infrastruktur, peningkatan kualitas pendidikan dengan 3 penilaian dan kebijakan yayasan kepada Guru-Guru, yang menghasilkan Guru-Guru yang berkompeten untuk dapat menjalankan Program Unggulan, sehingga dapat menimbulkan ransangan yang ditujukan kepada masyarakat yang merupakan calon Orang Tua Murid dan Calon

Murid. Strategi *Pull* juga dilakukan agar dapat menarik perhatian masyarakat khusus nya Calon Orang Tua Murid dan Murid-Murid dengan melakukan penyebaran informasi dan pelayanan terbaik yang bertujuan pemasaran melalui media sosial dan promosi secara langsung. Strategi *Pass* juga dijalankan dengan menjalin hubungan yang baik yang ditujukan dengan alumni dari Orang Tua Murid, dan Murid-Murid sehingga menciptakan opini publik yang positif dan dapat mempengaruhi dan membujuk calon Orang Tua Murid dan calon Murid Siswa untuk menjadi bagian SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia. Meskipun sudah melakukan sebuah *Marketing Public Relations* dan *Three Ways Strategy* yang merupakan upaya yang diharapkan dapat menaikkan kesadaran masyarakat akan menjadi tidak efektif, jika tidak memiliki tim pemasaran dan kehumasan yang memang ahli dibidangnya dalam menjalankan kegiatan penyebaran informasi yang bertujuan pemasaran sehingga mempengaruhi kepada lambatnya kesadaran merek yang sudah dibangun sejak tahun 2012.

5.2 Saran

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan penulis antara lain :

a. Saran Praktis

Penulis berharap agar SMPIT Al-Azhar Jaya Indonesia memiliki praktisi *Public Relation* dan *Marketing* yang ahli di dalam bidangnya, agar dapat meningkatkan *Brand Awareness* secara signifikan yang diharapkan dapat berdampak kearah positif di citra dan pendaftaran siswa baru yang dapat mempengaruhi operasional sekolah, karena hadirnya praktisi *Public Relations* dan *Marketing* pada lembaga pendidikan tersebut.