

BAB 4

KESIMPULAN, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian Analisis strategi diferensiasi pelayanan pendidikan Sekolah A dan akan dijabarkan pula rekomendasi serta implikasi dari penulis.

4.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan untuk dapat menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah yang dipaparkan pada bagian identifikasi masalah dalam penelitian yang berjudul “Analisis strategi diferensiasi pelayanan pendidikan Sekolah A” :

1. Implementasi strategi diferensiasi di Sekolah A yaitu dengan berdasarkan kepada tiga aspek karakteristik yaitu kualitas produk, teknologi inovasi dan layanan pelanggan. Strategi Diferensiasi yang diterapkan oleh Sekolah A dapat dikatakan berhasil karena Sekolah A memiliki berbagai produk atau layanan yang termasuk ke dalam diferensiasi dalam aspek kualitas produk seperti adanya fasilitas penunjang pembelajaran seperti *minizoo*, *greenhouse*, taman lalu lintas yang dapat memberikan praktek langsung terhadap materi pembelajaran yang diajarkan di kelas dan adanya gua Maria untuk dapat meningkatkan spiritualitas para siswa, pada aspek teknologi inovasi Sekolah A saat ini adanya aplikasi sekolah yang memberikan berbagai informasi mulai

dari surat edaran, agenda sekolah, e-patrol, pembelian seragam dan registrasi pendaftaran murid baru yang dapat diakses semuanya melalui aplikasi sekolah dan pada aspek layanan pelanggan yang baik dengan mendapatkan respon pasar yang baik yang didapat melalui website dan media sosial milik Sekolah A dan aplikasi sekolah milik Sekolah A.

2. Strategi diferensiasi yang diterapkan oleh Sekolah A terbukti dapat bersaing dengan kompetitornya yaitu Sekolah Y dan Sekolah Z. Hal ini dilihat berdasarkan ketiga aspek kualitas produk, teknologi inovasi dan layanan pelanggan yang dimiliki oleh Sekolah A dibandingkan dengan yang dimiliki oleh para pesaingnya yaitu Sekolah Y dan Sekolah Z. Sekolah A memiliki berbagai produk atau layanan yang tidak dimiliki oleh Sekolah Y maupun Sekolah Z seperti pada fasilitas penunjang taman lalu lintas, gua maria, hutan jati, minizoo, greenhouse dan 5 lapangan serta aplikasi sekolah. Diferensiasi yang dimiliki oleh Sekolah A dapat menjadi keunggulan terhadap persaingan dengan Sekolah Y dan Sekolah Z. Sekolah A dapat berfokus terhadap mempertahankan fasilitas pendukung yang tidak dimiliki oleh sekolah lainnya serta peningkatan terhadap layanan pelanggan yang dimiliki oleh Sekolah A. Penelitian ini menunjukkan bahwa Sekolah A masih lebih unggul dari para pesaingnya dan dapat bertahan di pasar yang sama dengan pesaingnya.

4.2 Rekomendasi

Berikut rekomendasi yang akan diberikan kepada Sekolah A berdasarkan hasil kesimpulan yang didapatkan, sebagai berikut :

1. Sekolah A harus dapat mempertahankan strategi diferensiasi yang dimiliki dengan terus berinovasi. Hal ini dapat memperkuat Sekolah A dalam bersaing dengan para kompetitor yang ada dan di masa yang akan datang. Dengan mempertahankan strategi diferensiasi yang dimiliki oleh Sekolah A serta terus melakukan inovasi akan meningkatkan daya tarik layanan jasa pendidikan yang ditawarkan oleh Sekolah A di Kota Bandung khususnya di perumahan Taman Kopo Indah dan dapat menjadi keunggulan bersaing dibandingkan dengan para pesaing yang ada.
2. Melakukan pelatihan rutin dalam jangka waktu sekali dalam sebulan terhadap pelatihan para tenaga pengajar maupun karyawan Sekolah A. Pelatihan dapat difokuskan dalam pembuatan pembelajaran secara online untuk dapat meningkatkan keahlian para tenaga pengajar dan karyawan sekolah dalam memberikan pembelajaran yang informatif dalam pembelajaran jarak jauh dan pelatihan terhadap interaksi yang dilakukan diluar kelas untuk dapat memaksimalkan praktek langsung menggunakan fasilitas yang tersedia, Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan kinerja para tenaga pengajar serta karyawan dalam memberikan pelayanan pendidikan yang semakin baik kepada siswa.
3. Memberikan fitur tambahan terhadap aplikasi sekolah dengan pemberitahuan secara personal maupun umum terhadap para pengguna dengan adanya

notifikasi yang akan diterima oleh *handphone* masing-masing pengguna dan jika informasi diberikan secara personal notifikasi yang akan muncul hanya terdapat kepada individu yang bersangkutan saja.

4. Memperkuat kinerja dalam pelayanan berbasis pada media sosial. Sekolah A dapat meningkatkan aktivitas pembelajaran dengan lebih interaktif melalui media sosial didukung dengan penggunaan studio yang memiliki *green screen* dan memberikan berbagai konten informatif serta edukatif. Sekolah A dapat memanfaatkan media sosial untuk dapat memberikan suatu nilai kepada konsumen serta menjadi media promosi yang efektif di masa yang akan datang dan mengantisipasi kondisi menurunnya semangat para siswa.

4.3 Implikasi

Rancangan rekomendasi strategi yang disarankan dengan tetap mempertahankan strategi diferensiasi yang difokuskan terhadap pengembangan pada aspek kualitas produk, teknologi inovasi dan layanan pelanggan. Strategi ini akan berdampak kepada Sekolah A dengan memberikan keunggulan bersaing yang dimiliki dibandingkan dengan para pesaing dengan berfokus terhadap produk diferensiasi yang dimiliki. :

1. Sekolah A akan memiliki produk atau layanan diferensiasi baik yang dipertahankan dan yang baru dengan adanya inovasi yang dilakukan Sekolah A memiliki nilai lebih dengan adanya produk atau layanan diferensiasi sehingga

dapat meningkatkan keunggulan bersaing dibandingkan dengan para pesaingnya.

2. Meningkatkan pelayanan terhadap konsumen baik kepada siswa, orang tua dan masyarakat yang termasuk dalam target pasar Sekolah A karena adanya pelatihan rutin yang diberikan kepada para tenaga pengajar maupun karyawan Sekolah A. Peningkatan pelayanan akan berdampak terhadap loyalitas konsumen untuk tetap menggunakan layanan pendidikan Sekolah A.
3. Meningkatkan aplikasi yang dimiliki sekolah untuk dapat memberikan informasi yang dapat langsung diterima oleh individu maupun seluruh pengguna aplikasi tanpa perlu untuk selalu melakukan cek sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas dari konsumen.
4. Memperkuat citra Sekolah A dengan memiliki produk serta layanan yang termasuk dalam diferensiasi sehingga memiliki sebuah ciri khas bagi Sekolah A dalam keunggulan kompetitif dari aspek kualitas produk, teknologi inovasi dan layanan pelanggan dari para pesaing yang ada di pasar sejenis. Produk atau layanan diferensiasi yang dibuat akan menjadi daya tarik terhadap konsumen dengan melihat kebutuhan yang sedang dibutuhkan di pasar.
5. Memperkuat Sekolah A dalam sosial media yang dimiliki, aplikasi sekolah maupun website resmi sekolah, untuk dapat lebih dikenal oleh banyak kalangan masyarakat dan dapat mudah diingat Hal ini dapat meningkatkan kunjungan konsumen terhadap berbagai media sosial, aplikasi sekolah maupun website resmi yang dimiliki oleh Sekolah A sehingga dapat meningkatkan konsumen

baru pada pasar dan membantu para konsumen dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Annur, Cindy M. (2021, November 11). Siswa SD Dominasi Jumlah Pelajar di Indonesia pada Tahun Ajaran 2020/2021. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/26/siswa-sd-dominasi-jumlah-pelajar-di-indonesia-pada-tahun-ajaran-20202021>

Anwar, Ilham Choirul (2021, Januari 22). Mengenal Penelitian Kualitatif: Pengertian Dan Metode Analisis. Tirto.id. <https://tirto.id/mengenal-penelitian-kualitatif-pengertian-dan-metode-analisis-f9vh/>

Approach. New York: McGraw-Hill.

Bps (2020). Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (Jiwa), 2018-2020. <https://jabar.bps.go.id/indicator/12/133/1/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota.html>

Companies Inc.

David, F. R. (2011). Strategic Management. New Jersey: Pearson Education inc.

Irwin, M. G. (2010). Strategic Management. New York: The McGraw Hill

John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, J. (2011). Strategic Management :

Kemdikbud. (2020). JUMLAH DATA SATUAN PENDIDIKAN (SEKOLAH) PER PROVINSI : Prov. Jawa Barat. <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11.php?kode=020000&level=1>

Kodrat. (2009).

Manajemen Strategis - Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta

Mullins, J. W. (2012). *Marketing Management : A Strategic Decision - Making*

Selatan: Penerbit Salemba Empat.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung:

Alfabet.

